

L'espectacularització de la vida quotidiana a través de produccions audiovisuals



Prof. Maria Medina-Vicent

medinam@uji.es

Dep. de Filosofia i Sociologia

Curs 2019/2020

Universitat per a Majors

1ª SESSIÓ

INTRODUCCIÓ

30 de setembre de 2019

Programació

Bloc I. Quan la vida es torna espectacle

1. Telerealitat *celebrity*: *Keeping Up with the Kardashians* vs *Las Campos*
2. Telerealitat quotidiana: *Gran Hermano*
3. Telerealitat per a visibilitzar: de *Menuda Pareja* a *Soy Jazz*

Bloc II. Quan els successos es tornen espectacle

4. L'espectacularització de casos de desaparició
5. Ficcionalitzar la més cruel realitat: *The Act*

Bloc III. Quan les identitats es tornen espectacle

- 6. Mirar-se a l'espill: l'espectacle de crear una identitat a través dels *selfies*
- 7. Els nous ídols: *youtubers* e *influencers*
- 8. Els nous llenguatges: memes, gifs, story...

Bloc IV. Conclusió: quan nosaltres som l'espectacle

- 9. L'educació com a espectacle: la gamificació de la docència

INTRODUCCIÓ

Què vol dir espectacularització de la societat?



1967

La

SOCIEDAD

del

ESPECTÁCULO

Guy Debord



“Toda la vida de las sociedades donde rigen las condiciones modernas de producción se manifiesta como una inmensa **acumulación de espectáculos.**

Todo lo que antes se vivía directamente, ahora se aleja en una representación”
(Debord, 1967)



La Internacional Situacionista (IS) era una organització d'intel·lectuals que volia acabar amb la societat de classes que actuava com a sistema opressiu i combatre el sistema ideològic contemporani de la civilització occidental: la dominació capitalista.

- Debord realitza un anàlisi marxista de la societat capitalista de després de la II Guerra Mundial.
- En aquesta societat, si bé les necessitats bàsiques estan cobertes, es redefineix el concepte de NECESSITAT.
- Passem de TINDRE a **APARENTAR**.







Watch Mitchell and Webb as PC and Mac
apple.com/uk

Activitat

Un cop vist l'anunci anterior, quins valors o característiques diferencien a ambdues marques?

[illegible]



Els valors de les
marques els
podem
incorporar a la
nostra identitat
o són només
una forma de
diferenciar
productes
en el mercat?