



Aníbal Ford: La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimientos en la sociedad contemporánea [

2000

text (article)

Analítica

Elegir un pasaje del Apocalipsis como cita inspiradora del título podría, en principio, dar lugar a un equívoco: el de creer que el texto asume como propio el diagnóstico de la sociedad de fin de siglo como producto inexorable de la ubicuidad tecnológica, la mercantilización cultural y la globalización excluyente. La sospecha es falsa por dos razones. Una, porque las "marcas" que analiza Aníbal Ford en este libro están lejos de ser "fenómenos" cristalizados y apriorísticos. Son, por el contrario, complejos procesos socioculturales y tecnoeconómicos que, si llevan alguna impronta, es la de su historicidad y la de su diversidad significativa. La segunda razón es igualmente destacable: contra las descripciones banalizadoras de las transformaciones tecnológicas y la mediatización social, Ford asume el desafío de trazar el mapa de los cambios económicos, políticos y culturales que tienen lugar en las megaciudades de los 90 procurando conciliar la reflexión teórica con la difusión para el gran público. Párrafo extraído de la reseña a modo de resumen

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzYwNDU5MjY>

Título: Aníbal Ford: La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimientos en la sociedad contemporánea electronic resource].]

Editorial: 2000

Tipo Audiovisual: desigualdades reflexión teórica comunicación

Documento fuente: Intersecciones en comunicación, ISSN 2250-4184, null 1, Nº. 1, 2000 (Ejemplar dedicado a: Intersecciones en Comunicación)

Nota general: application/pdf

Restricciones de acceso: Open access content. Open access content star

Condiciones de uso y reproducción: LICENCIA DE USO: Los documentos a texto completo incluidos en Dialnet son de acceso libre y propiedad de sus autores y/o editores. Por tanto, cualquier acto de reproducción, distribución, comunicación pública y/o transformación total o parcial requiere el consentimiento expreso y escrito de aquéllos.

Cualquier enlace al texto completo de estos documentos deberá hacerse a través de la URL oficial de éstos en Dialnet. Más información: <https://dialnet.unirioja.es/info/derechosOAI> | INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS STATEMENT: Full text documents hosted by Dialnet are protected by copyright and/or related rights. This digital object is accessible without charge, but its use is subject to the licensing conditions set by its authors or editors. Unless expressly stated otherwise in the licensing conditions, you are free to linking, browsing, printing and making a copy for your own personal purposes. All other acts of reproduction and communication to the public are subject to the licensing conditions expressed by editors and authors and require consent from them. Any link to this document should be made using its official URL in Dialnet. More info: <https://dialnet.unirioja.es/info/derechosOAI>

Lengua: Spanish

Enlace a fuente de información: Intersecciones en comunicación, ISSN 2250-4184, null 1, N°. 1, 2000 (Ejemplar dedicado a: Intersecciones en Comunicación)

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es