

INDICE

Apocalípticos e Integrados: La Cultura Italiana y las Comunicaciones de Masas	11
Las relaciones de los apocalípticos y de los integrados. Antes	11
Las relaciones del autor. Ahora	16
Apocalípticos e Integrados	25
Introducción	27
Alto, Medio, Bajo	49
Cultura de masas y <<Niveles>> de cultura	51
La cultura de masas bajo acusación	53
Cahier de doléances	56
Defensa de la cultura de masas	60
Una problemática mal planteada	65
Crítica de los tres niveles	70
Una posible conclusión, acompañada de algunas propuestas de investigación	72
Estructura del mal gusto	83
Estilística de Kitsch	84
La Midcult	93
Estructura del mensaje poético	101
Recuperación del mensaje poético	113
El kitsch como <<boldinismo>>	121
El gatopardo de Malasia	127
Conclusión	136
Lectura de <<Steve Canyon>>	141
Análisis del mensaje	141
El lenguaje del comic	155
Cuestiones derivadas	161
Hume y el indio: introducción a la investigación empírica	174
La función de la crítica y de la historiografía	179
Los Personajes	189
Uso práctico del personaje	191
El problema estético del <<tipo>>	193
Razones de las poéticas de la tipicidad	195
Precisiones estéticas sobre lo típico	198
Fisionomía del personaje típico	200
Tipo, símbolo, <<lugar>>	207
El uso científico de la tipicidad	208
Tipo y <<topos>>	209
Recurso al tópico y sensibilidad decadente	213
Conclusiones	216
El mito de Superman	219
Símbolos y cultura de masas	221
El mito de Superman	226
La estructura del mito y la civilización de la novela	227

La intriga y el consumo del personaje	230
Consumo y temporalidad	232
Una trama sin consumo	235
Superman como modelo de heterodirección	240
Defensa del esquema iterativo	242
El esquema iterativo como mensaje redundante	246
Conciencia cívica y conciencia política	249
Conclusiones	255
El mundo de Charlie Brown	257
Los Sonidos y las Imágenes	267
La canción de consumo	269
La canción <<diversa>>	272
Una propuesta de investigación	274
Un mito generacional	280
La música y la máquina	287
La música y la máquina	287
La música reproducida	289
La producción mecánica de música de consumo	292
La producción mecánica de música culta	294
La música, la radio y la televisión	299
Los medios audiovisuales como instrumento de información musical	299
Apuntes sobre la televisión	307
Toma directa a influencia sobre el film	308
Comunicación y expresión	311
La relación con el público	313
La televisión como <<servicio>>	316
Las investigaciones experimentales	318
Vigilancia y participación	320
Pasividad y relación crítica	321
La media de los gustos y la modelación de las exigencias	324
El universo de la iconosfera	332
La élite sin poder	334
El rechazo del intelectual	336
Un cauto dirigismo cultural	338
¿Cultura de masas o cultura democrática?	339
Conclusiones	341
Los nihilistas flamantes	343
De patmos o salamanca	346
Sobre la ciencia – ficción	350
Estrategia del deseo	352
Nuestro monstruo cotidiano	356
Umberto Eco: la vida, los libros	363