

El **Grup d'Estudis de Cultura i Societat - GRECS** estudia la producció social de la subjectivitat en la cultura contemporània des de les perspectives dels estudis culturals, la sociologia i la història de la cultura, la filosofia, els mitjans de comunicació, i la història i la teoria de l'art.

Amb la mirada transversal que aporta l'experiència en recerca teòrica i empírica en els camps de l'art, la cultura popular i la cultura corrent, així com la participació en debats socials sobre la cultura, la recerca del grup se centra en la transformació del lligam entre cultura i societat com a conseqüència del desenvolupament de la societat de consum i dels mitjans tecnològics en la societat contemporània i el capitalisme global.

Per fer-ho, es treballa en tres línies de recerca complementàries:

- Diferències culturals i desigualtats socials
- Emocions i experiència subjectiva en la societat de consum
- Mediació econòmica i tecnològica de la cultura

Paraules clau

cultura popular, consum cultural, art, consum, mitjans de comunicació, tecnologia, TIC, identitat, subjectivitat, estructura social, desigualtat social, sociologia de les emocions

Investigador principal

Roger Martínez Sanmartí
Seu UOC: Media-TIC
Tel. 93 450 53 42
martinezsa@uoc.edu

<http://culturaisocietat.wordpress.com>

Línies d'R+D+I

Articulació de diferències culturals i desigualtats socials 33%

Analitza com en la producció de subjectivitats a través de la cultura, el consum, els mitjans i la tecnologia, s'articulen avui dia les desigualtats socials en termes de classe, gènere i identificació nacional, lingüística i ètnica.

La línia s'emmarca especialment en l'estudi qualitatiu i quantitatiu dels estils juvenils, el consum cultural, i l'apropiació dels mitjans i la tecnologia en la vida corrent.

Emocions i experiència subjectiva en la cultura de consum 33%

Estudia quin és el lloc que ocupen les emocions i els sentiments, principalment l'amor, en la configuració de les subjectivitats modernes.

Per fer-ho, analitza com al llarg de l'últim segle s'han anat entrelligant els llenguatges del jo i del mercat fins a fer de les emocions, i de l'amor en particular, unes entitats que poden ser quantificades, avaluades i, en definitiva, mercantilitzades, i també en l'articulació entre tecnologia i emocions (en com la tecnologia està articulant la corporalitat i les emocions).

Mediació econòmica i tecnològica de la cultura 33%

Amb l'avenç del procés de globalització cultural, així com amb la penetració de les tecnologies de la informació i la comunicació en tots els àmbits de la societat, es generen en els camps de la cultura i de les arts discursos sobre la seva conveniència o caràcter perniciosos.

Per tant, s'estudien tant aquests discursos com la mateixa economia política i mediació de les tecnologies digitals en la cultura contemporània (des de l'art, la cultura popular i la cultura corrent).