

TEMA 4 PUBLICIDAD TECNOLÓGICA

INTRODUCCIÓN ¿Cómo ha evolucionado el vínculo de la sociedad con la tecnología?

1. Bases de la publicidad y al tecnología

- 1.1. El imaginario tecnológico.
 - 1.1.1. Definición
 - 1.1.2. Aspecto movilizador Caso: Viaje a la Luna
 - 1.1.3. Connotación positiva- Negativa Caso Cayla. Caso Derecho de acceso a internet
 - 1.1.4. Los grupos sociales. Caso viaje a marte. Exploración espacial
- 1.2. Publicidad tecnológica
 - 1.2.1. El interés de la sociología de la Cy T
 - 1.2.2. Algunos hitos cronológicos
- 1.3. ¿Por qué fijarse en la Publicidad TIC?
 - 1.3.1. El dinamismo
 - 1.3.2. Masa crítica
 - 1.3.3. Tasa de adopción tecnológica
- 1.4. ¿Cómo interpretar la publicidad? Los discursos, los roles, los tópicos
- 1.5. Los discursos tecnológicos en la publicidad
 - 1.5.1. El eslogan
 - 1.5.2. Los argumentos
- 1.6. Un esquema discursivo para leer anuncios. Caso Land rover Defender
- 1.7. Un esquema lingüístico. Caso: Cafiaspirina

2. El anuncio tecnológico tradicional

- 2.1. El coche
- 2.2. El discurso de la modernidad
- 2.3. El discurso de la libertad
- 2.4. El discurso de la seguridad
- 2.5. El discurso de la facilidad
- 2.6. El discurso de la utilidad
- 2.7. Discurso de la Ubicuidad
- 2.8. Los discurso mixtos: El discurso de la facilidad –seguridad –eficacia

3. Tecnología trabajo

- 3.1. Los roles de género
- 3.2. Discurso de la eficiencia
- 3.3. Persuasión erótica
- 3.4. Discurso de humanización
- 3.5. Discurso del éxito: Legitimación
- 3.6. Discurso de la diferenciación tecnológica

- 3.7. Brecha de confianza
- 3.8. Discurso del éxito: Prescriptores

4. La tecnología como electrodoméstico familiar, Integradora

- 4.1. Discurso integración: Tecnología-hogar
- 4.2. Discurso integración: La nueva bicicleta
- 4.3. Segmentación de discursos. Discurso versatilidad
- 4.4. Discurso homogenización
- 4.5. Discurso modernidad: Obsolescencia y Neofilia
- 4.6. Discurso facilitador-educativo

5. La tecnología –joven

- 5.1. El joven
- 5.2. Discurso del hedonismo: Ocio
- 5.3. Discurso del viaje
- 5.4. Discurso distinción social: Individualismo y Originalidad
- 5.5. Discurso de la transgresión a jóvenes: rebeldía
- 5.6. Discurso de la transgresión a no tan jóvenes: individualismo
- 5.7. Discurso de la transgresión: Distopía
- 5.8. Discurso de la transgresión: Escapismo
- 5.9. Discurso de la modernidad: El tótem
- 5.10. El adulto: Discurso de la facilidad
- 5.11. Discurso del atraso tecnológico: empoderamiento –homogenización
- 5.12. Discurso de la lengua tecnológica:

6. La tecnología y las tendencias

- 6.1. El discurso de la moda. Elegancia
- 6.2. Discurso de la obsolescencia por moda: novedad
- 6.3. Tecnología como moda. Prestigio
- 6.4. Tecnología conectada al cuerpo
- 6.5. Discurso de la experiencia
- 6.6. Discurso de la libertad: liberación

7. La tecnología líquida. Ficción-realidad

- 7.1. Discurso de La tecnología = realidad
- 7.2. Discurso de las tecnologías nos engañan
- 7.3. Las tecnologías nos alejan de la realidad
- 7.4. Discurso de la realidad engaña

8. Dimensión fática del consumo. El vínculo con los otros

- 8.1. Conexión
- 8.2. Compartir
- 8.3. Discurso de la amistad

- 8.4. Discurso de la colectividad
- 8.5. Discurso de la reunificación-Atrapa a todos: Populismo cibernético
- 8.6. Discurso de la mediación tecnológica: Sentimientos
- 8.7. Discurso de la mediación tecnológica: conciliación

9. La tecnología contextual

- 9.1. Los micro-momentos
- 9.2. El rastro social en lo tecnológico
- 9.3. Los roles: Individualización y temporización de mensajes
- 9.4. Discurso del control
- 9.5. Discurso de la sostenibilidad
- 9.6. Discurso de la Cientificidad
- 9.7. Discurso de la fusión tecnológica
- 9.8. Crisis. Buscar trabajo

10.La representación social de la tecnología en la publicidad