



D I G I T H U M

Les humanitats en l'era digital

<http://digithum.uoc.edu>

**Dossier «Perspectives actuals de la recerca sobre ciències humanes i socials.
La recerca als Estudis d'Arts i Humanitats de la UOC»**

Grup d'Estudis en Cultura i Societat (GRECS)

Roger Martínez (coord.)

Investigador dels Estudis d'Arts i Humanitats de la UOC
rmartinezsa@uoc.edu

Data de presentació: març de 2011

Data d'acceptació: abril de 2011

Data de publicació: maig de 2011

Resum

Aquest article explica l'aproximació al lligam entre cultura i societat que es treballa des del grup de recerca GRECS (Grup d'Estudis en Cultura i Societat). En primer lloc, es justifica per què donem importància a com els materials proporcionats pel mercat, els mitjans i les tecnologies de la comunicació condicionen el nostre esforç per donar sentit al món i al lloc que hi ocupem en la societat capitalista moderna. En segon lloc, explicitem les tres grans línies de recerca, entrelaçades però amb objectius diferenciats: la línia que se centra en l'anàlisi crítica de la producció cultural i artística; la línia que s'interessa en la conjunció entre emocions i experiència en la cultura contemporània, i la línia que estudia l'articulació entre diferències culturals i desigualtats socials. En tercer lloc, finalment, expliquem en quines recerques i funcionament es materialitzen aquests objectius.

Paraules clau

cultura, emocions, desigualtats, tecnologia, indústria cultural, consum

Studies in Culture and Society Group (GRECS)

Abstract

This article describes research by the Grup d'Estudis en Cultura i Societat (Studies in Culture and Society Group, GRECS) into the links between culture and society. Firstly, we explain why we at GRECS attach so much importance to the fact that, in modern capitalist society, market forces and communication media and technologies condition our attempts to make sense of the world and our place in it. Secondly, we describe our three intertwined lines of research: critical analysis of cultural and artistic production; the overlap between emotions and experiences in contemporary culture; and the links between culture and social inequalities. Finally, we describe the research carried out to date and the activities undertaken to achieve our aims.

Keywords

culture, emotions, inequalities, technology, cultural industry, consumption

La cultura en la societat capitalista moderna no es pot entendre sense l'augment exponencial de produccions culturals i de formes simbòliques, entre les quals creixem, ens «cultivem» i, en la nostra lluita per sobreviure, donem sentit al món i al lloc que hi ocupem. Una part enorme d'aquestes formes objectivades, d'aquestes produccions culturals, les proporciona el mercat en

forma no solament de pel·lícules, cançons i llibres, sinó també de cotxes, bars, ordinadors, futbol, mobles, vacances, roba, etc. És a partir d'aquests materials que ens comuniquem, que «estem junts», amb la mediació clau de les tecnologies, que ens permeten tant objectivar significats com fer-los arribar més enllà de l'aquí i l'ara de les relacions cara a cara: abans la pintura, la impremta, el



cinema, la fotografia, el telèfon o la televisió; ara també internet, els dispositius mòbils i les tecnologies digitals en general.

Des que Marx, Simmel, Adorno i Williams van escriure sobre la cultura i la seva relació amb la societat capitalista, el procés de producció cultural i de construcció social mitjançant el significat i les formes simbòliques ha canviat. Si en la manera com ens relacionem i estem junts, com produïm, distribuïm i consumim cultura, donem sentit al món, a nosaltres i al lloc que hi ocupem, el cert és que durant les darreres dècades hem avançat cap a una societat de consum (cultural) que produeix més quantitat i diversitat d'objectes culturals que mai, i en la qual les jerarquies culturals s'han fet molt complexes. És una societat, a més, en què els articles de consum i els mitjans de comunicació entroncats amb el capitalisme converteixen les nostres emocions, els nostres desitjos i les nostres maneres d'actuar, és a dir, a nosaltres mateixos, en objectes culturals.

A més dels canvis tecnològics i en l'evolució del consum, la mateixa successió de generacions que han nascut i han crescut en les formes de cultura popular contemporània genera uns desenvolupaments culturals propis —pensem, per exemple, en l'aprofundiment del cinisme pràctic, en els girs irònics, en el culte i la crisi de l'autenticitat, en els jocs de diferenciació i transgressió successiva per mitjà del consum o en els retorns circulars de les modes— que presenten reptes importants a l'hora de pensar els lligams entre cultura i societat.

Les paraules *cultura* i *societat*, recordem-ho, són molt noves i volen dir molt i no-res alhora. No és només que les fem servir per a dir coses molt diferents segons el context, sinó que sense que ens n'adonem ens ajuden a pensar grans qüestions del nostre temps. Ja fa més de mig segle que Raymond Williams, en el seu celebrat *Culture and Society* (1958), va mostrar com s'havia anat formant i transformant la manera de pensar el concepte de *cultura* i com s'entrellaça amb el de *societat* entre els segles XVIII i XX. Fa alguns segles, *societat* s'entenia simplement com a «companyonia» i *cultura* com a «cura del creixement natural». Avui dia, tots dos conceptes han incorporat un gran nombre de significats i usos, perquè durant els darrers tres segles molts pensadors els han utilitzat per a pensar grans canvis i problemes socials, com ara la industrialització, la democratització, la desigualtat social o la diferenciació entre nacions, entre nacions «civilitzades» i «primitives», entre l'Oest i l'Orient o entre l'Església, l'Estat i el que en queda fora. Quan fem servir els conceptes de cultura i societat, de manera generalment irreflexiva ordenem la gran quantitat de reptes que aquestes qüestions ens plantegen, entrelaçant amb gran naturalitat el més general i el més íntim i personal.

Així, la societat ha esdevingut allò que és diferent de l'Estat —que alhora va aparèixer per a pensar allò que és diferent de l'Església—, i la cultura ha esdevingut allò que és oposat a la natura, allò que ens en distancia i que, segons l'accepció, s'ha anat pensant més com el procés de formació humana; com l'estat general de desenvolupament intel·lectual, espiritual i estètic d'un

individu o del conjunt d'una societat; com el cos general de les arts o, en el significat més ampli, com tota una manera de viure determinada d'un poble, d'un període, d'un grup o de la humanitat en general. Aquest dinamisme i aquesta ambigüitat dels termes *cultura* i *societat* evidencia que no són termes estàtics, ans al contrari, estan en constant evolució i renovació com a resultat de la història social, de les produccions i de les formes de poder de cada moment històric. En el context dels canvis actuals als quals hem fet referència al principi, des del Grup d'Estudis en Cultura i Societat (GRECS) estudiem d'una manera crítica els canvis en el lligam entre cultura i societat en tres direccions diferenciades, però molt entrelaçades: 1) producció cultural i artística; 2) emocions i experiència en la cultura; i 3) diferències culturals i desigualtats socials. El debat, les tensions, l'intercanvi i el treball conjunt entre aquestes tres mirades es revela com un espai molt productiu en el qual preguntes, tradicions i aproximacions diferents es nodreixen mútuament.

Anàlisi crítica de la producció cultural i artística

La primera de les mirades sobre la relació entre cultura i societat passa per l'anàlisi de les diferents produccions culturals i artístiques des d'una perspectiva crítica, històrica i alhora contemporània, capaç de mostrar les tensions existents entre els diferents camps que hi actuen. La manera en què les pràctiques artístiques donen forma i contingut a les relacions entre cultura i societat, tant si són dipositàries dels processos socials de subjectivació com si esdevenen agents actius de les transformacions culturals en curs, és un dels nostres punts de partida.

Amb l'avenç del procés de globalització cultural, i també amb la penetració de les tecnologies de la informació i la comunicació en la vida social i, en particular, en l'àmbit de la cultura i de les arts, es generen pràctiques i discursos que des de la seva especificitat posen de manifest profundes transformacions de tipus ontològic, polític, estètic o econòmic. En aquesta línia de recerca analitzem aquests discursos i pràctiques referents a la producció cultural i artística, i les seves relacions d'interdependència amb els processos històrics en què són immerses, com ara l'emergència de noves formes d'organització social (les xarxes socials, la creació col·lectiva), les transformacions econòmiques i polítiques (els nous models de distribució i producció musical) o l'emergència de les noves tecnociències (les arts digitals, el bioart, etc.).

La nostra aproximació a l'estudi de la praxi artística i cultural consisteix en una anàlisi en múltiples estrats entrelligats, que parteixen de l'anàlisi concreta de les tècniques i els materials de les produccions (el film, el vídeo, el digital), per a passar després als discursos dels diferents agents que hi participen (artistes, comissaris, crítics, institucions, teòrics, espectadors), fins a arribar a connectar amb els aspectes més generals en què intervenen les



estructures i els substrats que acullen les diferents pràctiques (el mercat, les polítiques culturals).

Aquesta línia de recerca l'abordem des del camp (inter)disciplinari de la història i la teoria de l'art i de la cultura, en connexió amb la sociologia i la filosofia de la cultura, sense deixar de remetre'ns a una diversitat d'aproximacions teòriques que, des de la història social de l'art, passant per la teoria crítica i l'economia política de la cultura (Terranova), fins a les transformacions actuals del postestructuralisme (Delanda) i els estudis socials de la ciència i la tecnologia (Latour), han mirat de revelar les relacions de poder constituents i que constitueixen les produccions artístiques i culturals. Per exemple, quan estudiem les transformacions operades en l'entramat de relacions entre art, ciència, tecnologia i societat, aquestes relacions se'ns mostren com a vehiculadores de profunds canvis estructurals en la cultura (l'obsolescència immaterial de l'art digital o la materialitat obsolet del bioart). Altres investigacions concretes s'encarreguen d'analitzar com, en el camp de l'art de la modernitat i en el camp cinematogràfic, es constitueixen històricament les bases per a pràctiques contestatàries i els seus processos instituints i instituïts, com es generen llocs i discursos subversius i quines relacions estableixen amb el marc hegemònic que els envolta.

Tenim, per tant, diferents aproximacions històriques i teòriques que formen un camp d'anàlisi en contínua reconfiguració des que, a finals dels anys quaranta i cinquanta, i gràcies a l'influx del materialisme històric, alguns historiadors es van preocupar de solucionar el que Bourdieu anomenarà *l'estatut d'excepció* de l'obra d'art: una autonomia de l'artístic que contagiava de soca-rel una disciplina articulada sobre la base d'un relat positivista constituït per una successió d'estils i obres, i la figura aïllada de geni creador —llevat d'alguns casos aïllats al llarg del segle XIX. Ens interessa, doncs, la superació d'aquest estatut d'excepció que ha acabat de posar sobre la taula les complexes relacions de poder que constitueixen qualsevol artefacte artístic o cultural, i que, des d'altres posicions més filosòfiques, s'aproximaria al que s'ha anomenat *nou materialisme*.

Emocions i experiència en la cultura

La segona de les aproximacions al lligam entre cultura i societat la fem des de la sociologia de les emocions. Es tracta d'estudiar quin és el lloc que ocupen les emocions i els sentiments en la configuració de les subjectivitats modernes. És un procés que ens remetria al període il·lustrat, però que en el darrer segle, en entrelligar-se els llenguatges del jo i del mercat, ha fet de les emocions —i particularment de l'amor— entitats que fàcilment es poden avaluar, quantificar i, en definitiva, mercantilitzar. Aquesta mercantilització, segurament, ha estat afavorida per l'evolució dels espais públics i privats en les democràcies liberals. No volem ignorar la dimensió política de la vida íntima i de les emocions, ni

tampoc com la tecnologia articula corporalitat i emocions. Aquests ordres de coses no són equivalents, però s'entrellacen i conflueixen en el món social i cultural, i volem que les seves connexions quedin reflectides en la nostra mirada.

Aquesta mirada estudia les emocions com a producte cultural i social, i no com si es tractés de quelcom purament individual (o genètic). Sense menystenir el component individual de les emocions, ens centrem en els contextos socials i culturals en els quals aquestes emocions s'experimenten, s'expressen i es doten de significat. Destaquem el valor normatiu que tenen les emocions en tant que pautes de comportament i elements bàsics del procés de socialització i en la vida social en general. Així, a tall d'exemple, podríem destacar com els adults de referència tenen un paper clau a l'hora d'«ajudar» els més petits a identificar les seves emocions, a posar-hi noms, a reaccionar davant de les formes socialment definides com a previsible i correctes davant d'un tipus determinat d'emoció o situació; com la vergonya ha tingut un paper regulador important en l'ús de les fotografies i dels vídeos fets amb els telèfons mòbils; o, també, com els discursos sobre l'amor són presents en la manera com ens relacionem amb la parella o escrivim missatges electrònics d'amor.

La nostra aproximació a la sociologia de les emocions està estretament relacionada amb l'anàlisi del discurs sobre les emocions. En primer lloc, ens interessa analitzar els mapes conceptuals que una societat té en un determinat moment sobre les diferents emocions (per exemple, què és la vergonya, què és l'amor, què és l'odi o com se sent i es demostra la gratitud) i les seves interrelacions. En segon lloc, ens interessa analitzar i comparar l'evolució històrica d'aquests mapes conceptuals, i també la de les normes associades a les formes d'expressió de cada emoció i a l'explicació de les seves causes. La perspectiva històrica no pot ser aliena a la recerca que creiem que s'ha de fer, i volem estar atents a allò que, en paraules de Norbert Elias, podem anomenar *procés de civilització de les emocions* (distançant-nos, però, d'una concepció lineal i evolutiva de la història).

L'aproximació que proposem està vinculada a la sociologia de Simmel i de Halbwachs, a l'anàlisi del discurs de Foucault i, sobretot, a les últimes tendències en el camp de la sociologia de les emocions de treballs com els d'Illouz, Turner, Giddens o Flam. No obstant això, deu molt a l'esforç que per sistematitzar l'estudi de les emocions des de la sociologia van fer durant els anys setanta i vuitanta autors com Hochschild, Scheff, Kemper o Collins.

Dins de l'amplíssim espectre d'emocions que podríem analitzar, actualment ens hem concentrat en l'anàlisi de les relacions amoroses i de les emocions que l'amor suscita. Podríem, fins i tot, entrar a discutir si l'amor en si mateix és una emoció. Nosaltres, ja ho avancem, el definirem com una forma de relació social, una forma central de relació social, vinculada quant a discursos, pràctiques i experiències a tot un seguit d'emocions preferents (malgrat implicar-ne moltes més). L'amor no seria una emoció *sui generis*, sinó més aviat un còctel d'emocions barrejades, en què a voltes



<http://digithum.uoc.edu>

Grup d'Estudis en Cultura i Societat (GRECS)

les unes prevalen sobre les altres, i a voltes els pesos específics dels ingredients del còctel varien (o hi entren ingredients nous).

Articulació de diferències culturals i desigualtats socials

Finalment, la tercera de les mirades sobre la relació entre cultura i societat es fixa en l'articulació entre les desigualtats socials i les disposicions culturals, i sobretot en la idea que aquesta articulació s'ha «fluïdificat» com a conseqüència dels grans canvis provocats per la cultura de consum i els mitjans de comunicació. Segons alguns, aquesta fluïdificació és real i, per a d'altres, només es dóna en l'àmbit de la consciència. Si ho simplifiquem, podem dir que segons els primers —els que sovint s'agrupen d'una manera reduccionista amb l'etiqueta de «postmoderns»—, avui dia no té sentit dir que la posició social condiona les pràctiques i els consums culturals, perquè hi ha gent de moltes procedències que consumeix les mateixes produccions culturals, i la gent de la mateixa procedència opta per produccions culturals molt diferents. Segons els altres, en canvi, aquesta aparent fluïdesa no és sinó una falsa percepció (una «fal·làcia epistemològica»), producte d'una manera d'experimentar el món que invisibilitza, però no elimina ni erosiona la continuïtat de les diferències socials.

Aquesta tercera mirada la dirigim a aportar llum a aquest debat. En l'estudi de la cultura popular predomina una mirada sovint simplista sobre l'articulació entre cultura i societat, que, si bé es fixa en les diferències lligades al gènere, la sexualitat o l'etnicitat, no dóna prou importància als intents de pensar les desigualtats socioeconòmiques que han estat marginals els darrers temps. La recerca empírica que hem fet i fem mostra com les diferències continuen existint, per més que siguin menys òbvies i que requereixin, en conseqüència, un aparell conceptual més sofisticat. Entronca, per tant, amb tot un seguit de noves aproximacions a l'estudi de l'estructura social (per part d'autors com Devine, Skeggs, Bennett o Atkinson) que reclamen trencar la nitida separació entre desigualtats materials i els factors culturals lligats a l'avantatge generalitzat. Les diferències que es basen en la «duresa» i l'«intel·lectualisme», o en etiquetes com ara «pijo», «garrulo» o «immigrant», o en «ells» i «nosaltres», són totes marcadors socials molt forts que ajuden a estructurar les nostres geografies socials. Entendre com ho fan i com s'articulen amb les diferències de gènere, sexualitat i d'identificació ètnica, nacional i lingüística és un element clau per a fer avançar els debats sobre cultura i societat.

Per fer-ho ens centrem en tres aspectes clau. En primer lloc, observem com la cerca de l'autenticitat o del *cool* modifica i complexifica el lligam entre cultura i desigualtats socials. Les distincions associades a l'autenticitat i el *cool* configuren noves formes d'articulació entre desigualtats socials i cultura que és interessant tenir en compte, com ara la diferenciació (i combinació) de les

distincions «arty» i «polititzades» respecte de les «dures» i «de carrer», i de les unes i les altres respecte de les més directament entroncades amb anar a l'última de la moda consumista. Cadascuna d'aquestes diferències articula la posició de classe, i els emmirallaments entre posicions de classe, de maneres diferents.

En segon lloc, mirem com les principals normativitzacions que guien l'acció dels individus entorn de l'ètica del treball, del consum i de l'autenticitat esdevenen elements intermedis entre les posicions socials i les formes de consum cultural. És un element clau entendre la manera com cada individu i cada grup és capaç de resoldre les tensions entre aquestes tres tensions, tant des del punt de vista pràctic com retòric i discursiu (tant des del punt de vista del que es fa i es deixa de fer com del que es diu i es pretén que es fa i es deixa de fer).

En tercer lloc, finalment, posem al centre del nostre interès l'articulació d'eixos de desigualtat en les pràctiques i els consums culturals. Partim de la constatació que és impossible entendre separatament les desigualtats relacionades amb la classe, el gènere, la sexualitat i la identificació o l'origen nacional, ètnic i lingüístic, perquè quan es jutja una pràctica es combinen formes de dignitat i de reconeixement que tenen a veure amb tots aquests elements. No és només que s'etnifiqui la classe social, sinó que la manera com pensem el gènere i la sexualitat és inseparable de les posicions de classe i també de les identificacions nacionals, ètniques i lingüístiques.

La producció del GRECS

L'intercanvi entre aquests tres interessos de fons genera un espai molt fèrtil, per a tots els que formem el GRECS, en l'estudi crític dels canvis en el lligam entre cultura i societat. El debat i la tensió creativa que implica compartir diferents mirades teòriques i disciplinàries, bagatges bibliogràfics, orientacions temàtiques i materials empírics enriqueixen les respectives aproximacions a l'estudi de com l'aprofundiment en la cultura de consum i els canvis tecnològics modifiquen la relació entre cultura i societat en el context del capitalisme modern. Aquest intercanvi productiu l'orientem en dues direccions.

D'una banda, per mitjà d'un seminari quinzenal compartim i discutim els nostres bagatges i interessos diferents. Des de disciplines i tradicions com la sociologia, l'antropologia, la filosofia, els estudis de la comunicació, els estudis culturals, la història i la teoria de l'art i de la cultura, o els estudis sobre ciència, tecnologia i societat, discutim sobre lectures i sobre recerques passades i en curs. La motxilla d'estudis empírics i teòrics que compartim inclou recerques sobre els usos de Youtube, la violència i el vídeo digital, la publicitat, el que anomenem els «tres esperits de la modernitat», el gust musical com a producció cultural, els grups de socialització juvenil i la cultura de carrer, la construcció social del gust i de l'estil en grups de socialització juvenil, la inclusió i



<http://digithum.uoc.edu>

Grup d'Estudis en Cultura i Societat (GRECS)

exclusió socials de noies joves amb experiència migratòria pròpia i sense, les interrelacions entre art, ciència, tecnologia i societat, les transformacions socials i culturals vinculades a l'ús dels telèfons mòbils, o la participació, el consum cultural i els usos lingüístics dels joves catalans.

A més d'aquesta motxilla, actualment tenim en marxa un bon nombre de recerques, tant de tesis doctorals en curs com de projectes concrets, que nodreixen la feina col·lectiva a partir de l'aprofundiment de temes com la mediació tecnològica del gust musical entre els joves, la socialització familiar en noves tecnologies, la celebritat a les xarxes socials, els processos de subversió en l'art i el cinema, l'amor en temps dels bits, l'estil juvenil *electrodance* com a forma de comunicació, l'articulació d'espais relacionals físics i virtuals en la creació d'identitats juvenils i el paper dels eixos de desigualtat social, o el procés de mercantilització de l'art digital.

D'altra banda, fem confluïr les diverses mirades en una recerca col·lectiva, que és el projecte R+D sobre *Les formes de compromís de parella i l'expressió de les emocions a l'era de la comunicació electrònica* (2011-2013). En aquesta recerca, ens acostem a les emocions i l'experiència en la cultura contemporània tenint en compte tant les produccions culturals i artístiques com l'articulació entre les diferències culturals i les desigualtats socials, amb l'objectiu de copsar com les noves pràctiques i els discursos renovats sobre les emocions i sobre l'amor penetren en la vida diària de les parelles, en els horitzons del que es dona per descomptat i de la cultura popular, i, d'aquesta manera, ens acaben oferint nous marcs interpretatius per a pensar, actuar i experimentar. Creiem que actualment ens trobem davant de canvis que poden modificar l'experiència, la vivència de l'amor i les emocions que s'hi associen. De fet, les nostres experiències, les nostres emocions i la nostra vivència d'aquestes experiències i emocions no és aliena al moment i el lloc on vivim, a les condicions de la nostra socialització. Enamorar-se, sentir vergonya o compassió, cal que aprenguem a fer-ho. L'experiència humana, sense formes socials que hi donin sentit, no és possible (si no és com a caos). Des d'aquesta assumpció, centrem el nostre treball en l'àmbit de les relacions socials concretes i mirem de comprendre els horitzons d'interpretació i dotació de sentit, de nous sentits, de les experiències afectives i de les amoroses en particular.

És amb tot això, en definitiva, que des del GRECS intentem entendre les maneres com, en la nostra lluita per sobreviure, donem sentit al món i al lloc que hi ocupem en el context de la importància dels materials que proporciona el mercat i de les tecnologies de la comunicació en constant transformació en la societat capitalista moderna.

Referències bibliogràfiques

ALSINA, P. (2007). *Arte, Ciencia y Tecnología*. Barcelona: Editorial UOC.

ALSINA, P. (2008). «Realidad virtual y virtualidad real en las prácticas artísticas contemporáneas». *Cuadernos de Ontología - Ontology Studies*. Núm. 8, pàg. 262-274.

ALSINA, P. (2008). «Realitats i ficcions de les transformacions associades a les tecnologies d'informació i comunicació en la cultura». A: *La Cultura, un motor econòmic* [monogràfic]. *Revista Cultura*. Núm. 2, pàg. 134-158. Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat.

BENITO, R.; GONZÀLEZ, I. (2008). *El sorgiment del sisè sentit. Usos i sentits del telèfon mòbil en l'adolescència i la joventut*. Barcelona: Fundació Claret.

BOURDIEU, P. (1992). *Les regles de l'art. Genese et structure du champ littéraire*. París: Éditions du Seuil.

CANTÓ, N. (2005). *A Sociological Theory of Value. Georg Simmel's Sociological Relationism*. Transaction Publishers / Transcript / New Brunswick.

CANTÓ, N.; SWEN, S. (2011). «Ana's Friends. Friendship in Online Pro-Ana Communities». *Sociological Research Online*. Vol. 16, núm. 1.

<<http://www.socresonline.org.uk/16/1/1.html>>

DANIELS, D.; FRIELING, R. (2004). *Medien Kunst Netz 1: Medienkunst im Überblick*. Viena: Springer.

DELANDA, M. (1997). *A Thousand Years of Nonlinear History*. Nova York: Zone Books / Swerve Editions.

GONZÀLEZ, I.; BENITO, R.; ALEGRE, M. A. (2010). *De nens exigents i joves lliures. El corpus normatiu subjacent a la narrativitat publicitària*. Barcelona: Generalitat de Catalunya (col·lecció *e-quaderns*; núm. 9).

HOCHSCHILD, A. (2003). *The Managed Heart: The Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: University of California Press.

ILLOUZ, E. (1997). *Consuming the Romantic Utopia: Love and the Cultural Contradictions of Capitalism*. University of California Press.

ILLOUZ, E. (2007). *Cold Intimacies: The making of Emotional Capitalism*. Cambridge: Polity Press.

MARTÍNEZ, R. (2008). «Els adjectius 'catalufo' i 'cholo' com a produccions culturals». *Noves SL*. Núm. 1.

<http://www6.gencat.net/llengcat/noves/hm08hivern/martinez1_3.htm>

[Versió anglesa: «The adjectives 'catalufo' and 'cholo' as cultural productions» <http://www6.gencat.net/llengcat/noves/hm08hivern/a_martinez1_3.htm>].

MARTÍNEZ, R. (2004). «Espacios musicales. La música pop(ular) y la producción cultural del espacio social juvenil». *JOVENes, Revista de Estudios de Juventud*. Núm. 19, pàg. 152-183.

NÚÑEZ, F. (2010). «Leaving the Institution. Secularized Priest». *Social Compass*. Vol. 57, núm. 2, pàg. 268-284. ISSN: 00377686.

NÚÑEZ, F.; ALSINA, P. (2011). «Fotogrames de l'ànima». A: *Extimitat* [catàleg d'exposició]. Palma: Es baluard / Museu d'Art Modern i Contemporani de Palma. Pàg. 27-32



<http://digithum.uoc.edu>

Grup d'Estudis en Cultura i Societat (GRECS)

SENNETT, R. (1977). *The Fall of Public Man*. Nova York: Knopf.

SIMMEL, G. (1907). *Philosophie des Geldes*. A: Georg Simmel *Collected Works*. Frankfurt: Suhrkamp, 1989. Vol. 6.

SENNETT, R.; COBB, J. (1972). *The Hidden Injuries of Class*. Nova York: W. W. Norton, 1993.

VAYREDA, A.; NÚÑEZ, F. (2010). «The role of metaphors in on-line interpersonal discourse». A: *Interpersonal Relations and*

Social Patterns in Communication Technologies: Discourse Norms, Language Structures and Cultural Variables. Hershey, Pennsilvània: IGI Global. Pàg. 142-160.

WILLIS, P. (2000). *The Ethnographic Imagination*. Cambridge: Polity Press.

WILLIAMS, R. (1958). *Culture and society, 1780-1850*. Londres: Chatto & Windus.

CITACIÓ RECOMANADA

MARTÍNEZ, Roger (coord.) (2011). «Grup d'Estudis en Cultura i Societat (GRECS)». A: Begonya ENGUIX, Narcís FIGUERAS, Francesc NÚÑEZ (coord.). «Perspectives actuals de la recerca sobre ciències humanes i socials. La recerca als Estudis d'Arts i Humanitats de la UOC» [dossier en línia]. *Digitum*. Núm. 13, pàg. 69-74. UOC. [Data de consulta: dd/mm/aa].
<<http://digithum.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/view/n13-grecs/n13-grecs-cat>>
ISSN 1575-2275



Els textos publicats en aquesta revista estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement 3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los, comunicar-los públicament i fer-ne obres derivades sempre que reconegueu els crèdits de les obres (autoria, nom de la revista, institució editora) de la manera especificada pels autors o per la revista. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/deed.ca>.

Grup d'Estudis en Cultura i Societat (GRECS)

Grup de recerca reconegut com a emergent per la Generalitat de Catalunya.
<http://culturaisocietat.wordpress.com/>

El grup de recerca és coordinat per l'investigador Roger Martínez i és format pels professors Pau Alsina, Natàlia Cantó, Isaac González, Francesc Núñez i Ana Rodríguez, dels Estudis d'Arts i Humanitats, i hi col·laboren estretament els investigadors Ricard Benito, Toni Cambra, Irene Cussó, Miquel Fernández, Nadia Hakim, Eduard Minobis, Alexis Rodríguez, Swen Seebach i Pau Waelder.

Contacte:

Roger Martínez (coordinador)
rmartinezsa@uoc.edu

Estudis d'Arts i Humanitats
Universitat Oberta de Catalunya
Edifici MediaTIC
C. Roc Boronat, 117
08018 Barcelona

