



UNIVERSIDAD DE CHILE

Universidad de Chile
Facultad de Filosofía y Humanidades
Departamento de Filosofía

Contenido

Resumen	4
Introducción	6
<i>La publicidad representativa</i>	8
<i>La publicidad burguesa</i>	11
<i>La sociedad de masas</i>	13
<i>La era de la globalización</i>	14
Capítulo I: Los espacios públicos en la Antigua Grecia	16
<i>La opinión pública</i>	16
<i>La publicidad en Atenas</i>	17
Capítulo II: La importancia de la Ilustración para la esfera pública	23
<i>La transformación estructural: el surgimiento de la esfera pública</i>	23
<i>Surgimiento y Transformación de la esfera pública burguesa</i>	26
Capítulo III: La sociedad de masas	31
<i>El concepto de "masa": orígenes, antecedentes e implicaciones</i>	31
<i>La intervención estatal y el surgimiento de la esfera social</i>	38
<i>La evolución de la relación entre el Estado, la sociedad y la esfera privada durante la era liberal.</i>	42
<i>La publicidad literaria</i>	43
<i>La prensa y la pérdida de la distinción entre publicidad política y literaria</i>	46
Capítulo IV: La esfera pública en las plataformas digitales	50
Conclusiones finales	56
Bibliografía	58