

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO

CAPÍTULO PRIMEIRO — <i>O erotismo</i>	13
1. Significado geral do erotismo	13
A) A fixação erótica. A sexualidade é a base do erotismo; ela é por ele desviada no seu carácter funcional de reprodução genital	19
B) A recusa de fixação do erotismo. O erotismo não quer reduzir-se aos limites sexuais. Ele é sexualização e desse modo permanece orientado para uma realização hedonista que não passa de um <i>ersatz</i> de satisfação	33
1) O erotismo como solução social do conflito pulsional intrínseco ao indivíduo	33
2) O processo erótico social será eficaz na sua solução do conflito pulsional do indivíduo?	45
2. O anonimato do grupo erótico	52
3. O anonimato do objecto erótico	62
CAPÍTULO SEGUNDO — <i>A publicidade</i>	71
1. Significado geral da publicidade	71
A) A saturação do ciclo das necessidades: as novas necessidades de origem social já não têm por finalidade directa o trabalho e a nutrição	78
B) A segurança como imperativo social da economia: o papel determinante da publicidade na estruturação desse imperativo	85
2. O modelo de consumo	95
3. A publicidade: criação de um valor de uso artificial	118
CAPÍTULO TERCEIRO — <i>A violência</i>	129
1. Significado geral da violência: a sua função na sociedade de consumo	129
2. As formas da violência: a sua difusão	135
3. Indeterminação do tema da violência	

CAPÍTULO QUARTO — <i>A ligação concentracionária</i>	151
1. O erotismo, a publicidade, a violência não são apenas modos de comportamento humano, entre outros, mas sobretudo mecanismos reguladores de todo o campo social que atingiu o estágio da sociedade de consumo	153
2. A regulação exercida por estes mecanismos incide sobre o inconsciente humano	165
CONCLUSÃO — <i>O mundo da medida ou universo modelo do consumo</i>	173
BIBLIOGRAFIA	179