

## SUMÁRIO

### INTRODUÇÃO

<b>CAPÍTULO PRIMEIRO — <i>O erotismo</i></b> ... ..	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
<b>CAPÍTULO SEGUNDO — <i>A publicidade</i></b> ... ..	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
<b>CAPÍTULO TERCEIRO — <i>A violência</i></b> ... ..	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