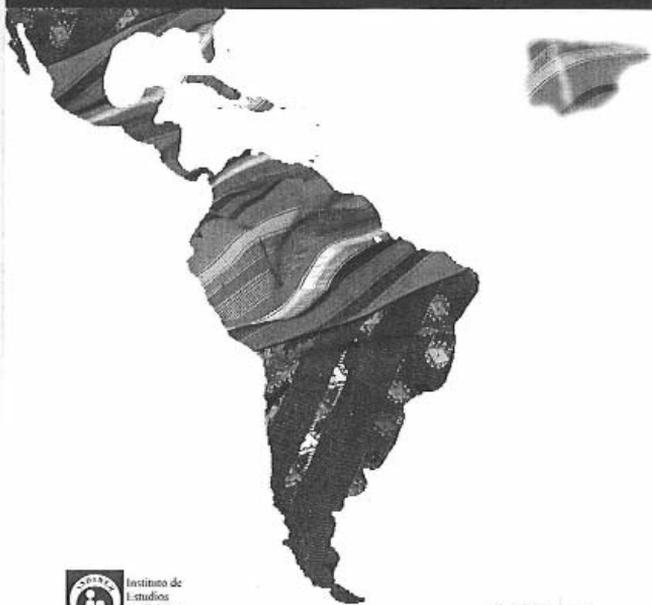




Libros, Revistas y Documentación varia

TIEMPO DEL SOBREHOMBRE

Manuel Lizcano



Instituto de
Estudios
Iberoamericanos

sep | a

Tiempo del sobrehombre erige una poderosa y original construcción conceptual que permite a Manuel Lizcano una reformulación radical de los principales aspectos de nuestra vida intelectual y colectiva. Para ello se articula en torno a tres ejes: la comunalidad, el hispanismo y la categoría de 'lo ab-soluto'. Las formas de vida comunales, o *Mancomún*, son las señas de identidad que vertebran la historia de los pueblos ibéricos, tanto los peninsulares como los que resultan de su hibridación con las comunidades indígenas de América. De ahí arrancaría una *modernidad alternativa* a la modernidad burguesa (la cual, al resultar dominante, se impuso como 'la modernidad' a secas), que tiene en los nombres de Ibn Jaldún, Gracián, Juan de la Cruz, Unamuno o Machado algunos de sus hitos más eminentes. La categoría de *lo ab-soluto*, o suelto-de-todo, alumbró las figuras del *an-arjos* y del *u-topos*, paradigmas personal y comunal, respectivamente- de ese soltarse de las leyes y determinaciones. Pero poder pensar tales figuras exige desbordar el *logos* desde un *nous* que lo comprenda como caso particular. De ahí que esta obra no proponga una nueva filosofía o sociología, sino una *noología*, una noología de la sobrehumanación que despliega toda su capacidad de ensoñación en este intempestivo *Tiempo del sobrehombre*.

«El pensamiento de Lizcano más elaborado se articula en torno a dos ejes. Por un lado, una revisión de la historia de los pueblos de España que la reinterpreta, no en los tópicos términos de atraso respecto de una modernidad que le es ajena, sino en función de una modernidad propia que se proyecta sobre la América de lengua española y portuguesa y se manifiesta en sus realizaciones comunales y sus aspiraciones utópicas. Por otro, una crítica de la filosofía y de las ciencias sociales como disciplinas constreñidas por un *logos* que las aprisiona en vez de abrirlas a las posibilidades implícitas en todo grupo humano. De ahí que planteara la necesidad de una 'noología del sobrehombre', donde la apertura del *nous* reemplaza a la clausura del *logos* y donde la condición del hombre (o mujer) no encuentre en el ser libre un mero adjetivo ('hombre libre') sino su sustantividad: el sujeto de las comunidades humanas no es el hombre o el individuo sino el 'libre sustantivo', ese proyecto de sobrehombre llamado a soltarse de todo (ab-solutecerse) en su actividad de 'mancomún'».

El País (2/01/2005)



32 claves empresariales de Mondragón

32 claves empresariales de Mondragón



Iñazio Irizar & Greg MacLeod

“El Grupo Mondragón tiene diversas características que garantizan su éxito, como dar a los empleados una gran libertad para decidir qué hacer y cuándo hacerlo, posibilitar a los empleados elegir a sus propios jefes, y votar directamente en las decisiones importantes”. Tom Malone, MIT - Autor de El futuro del trabajo.

“Las empresas jóvenes y exitosas suelen tener normalmente sentido de comunidad. Están creciendo, con energía, comprometidos con su gente, casi una familia. Pero sostener este inicio en la madurez puede ser otra cosa, y uno de los ejemplos mundiales es el Grupo Mondragón”. Henry Mintzberg - Harvard Business Review.

“El Grupo Mondragón ha sido elegido en el año 2009 como una de las diez mejores empresas europeas en “Gestión del conocimiento”. Know Network y Teleos - Bruselas.

“Hay que alentar empresas del tipo de Mondragón, que persiguen fines privados y sociales, mediante la reinversión de los beneficios en la empresa y en la comunidad”. Adrian Pabst - The Guardian - Londres.

“En los negocios, si una corporación sólo se preocupa por el aumento de valor para los accionistas, tendremos una clase de corporación. Pero si valora el desarrollo humano, la corporación será de otra clase, como es Mondragón. Desde el exterior, se ven similares, pero en el largo plazo, las decisiones claves serán diferentes”. Greg MacLeod - Cape Breton University, Canada.

“Es improbable que el modelo de Mondragón pueda ser copiado en su conjunto. Pero sí pueden serlo bastantes de sus claves y sub-claves”. Iñazio Irizar - Mondragon Unibertsitatea.



GARAIA

polo de innovación
berrikuntza gunea

JUAN IGNACIO HERNÁIZ BLÁZQUEZ

Investigación

CONCIENCIA MEDIÁTICA



EDITORIAL ANUBIS

El libro *Conciencia mediática* es un estudio filosófico de los medios de comunicación de masas o mass media, por lo tanto, cultura de la imagen, desde el punto de vista del concepto hegeliano de la alienación, la cual no se produce, como explica la teoría marxista, por la enajenación laboral del proletariado, sino por la influencia en toda la sociedad, no en una clase social más que en otra, de la televisión en mayor medida, luego Internet, cine, radio y otros medios audiovisuales. La cultura ya no es una cuestión minoritaria, pero no por ello debe ser degradada, no hay que bajarla a nivel popular, como decía la tesis orteguiana, sino subir la sociedad de masas a la cultura. El estado universal y la ética científica se presentan como las soluciones al problema de la globalización tecnológica y su decadencia moral consiguiente, pero criticando las utopías sociales precedentes. La fenomenología hegeliana es una ciencia de los sentimientos, en virtud de lo cual, se analiza el proceso dialéctico de la conciencia. El reloj parado en las mentalidades estáticas, es otra teoría temporal que se postula.

ISBN: 978-84-937782-7-9



EDITORIAL ANUBIS
www.editorialanubis.com

El libro **Conciencia mediática**, publicado por la editorial Anubis de Sevilla, en Mayo de este año, del profesor emérito de la universidad Complutense de Madrid Juan Ignacio Hernáiz Blázquez, es un estudio filosófico de los medios de comunicación de masas o mass media, por lo tanto, cultura de la imagen, desde el punto de vista del concepto hegeliano de la alienación, la cual no se produce, como explica la teoría marxista, por la enajenación laboral del proletariado, sino por la influencia en toda la sociedad, no en una clase social más que en otra, de la televisión en mayor medida, luego Internet, radio, cine y otros medios audiovisuales. La cultura ya no es una cuestión minoritaria, pero no por ello debe ser degradada, no hay que bajarla a nivel popular demagógicamente, como decía la tesis orteguiana, sino subir la sociedad de masas a la cultura. El estado universal y la ética científica se presentan como soluciones al problema de la globalización tecnológica y su decadencia moral consiguiente, pero criticando las utopías sociales precedentes en la historia de la humanidad. La fenomenología hegeliana es una ciencia de los sentimientos, en virtud de lo cual, se analiza el proceso dialéctico de la conciencia. El reloj parado de las mentalidades estáticas, es otra teoría que se postula en el citado libro **Conciencia mediática** que hace el número quince de los publicados por el referido profesor universitario.