



Guy Debord 2.0: Hacia un análisis de la mercantilización de la subjetividad en las redes sociales

JAVIER ZAMORA GARCÍA :: 26/07/2018

Las prácticas de promoción del yo en la web 2.0 como una forma de mercantilización de la identidad

Resumen:

En este trabajo, propongo una actualización crítica del concepto de espectáculo formulado por Guy Debord en su obra 'La sociedad del espectáculo'. A través de este concepto, sugiero interpretar las prácticas de promoción del yo en la web 2.0 como una forma de mercantilización de la identidad. Para ello, el concepto de espectáculo es descrito como crítica de una ideología que convierte las relaciones humanas en relaciones entre mercancías. Posteriormente, se examina cómo esta ideología puede estar influyendo en la forma en que los individuos articulan su identidad en las redes sociales. Finalmente, se plantean algunos problemas vinculados a la manera que tiene Debord de comprender la ideología, sugiriendo posibles formas para salvar el potencial crítico y analítico de su propuesta.

[Leer texto completo \[PDF\]](#)

<https://www.lahaine.org/mundo.php/guy-debord-2-0-hacia>