

Individuos, sus identidades y formas de vivir la ciudad en un mundo de imágenes y marcas.

Andrés Castiblanco Roldán
Candidato a Doctor en Ciencias Humanas y Sociales
Universidad Nacional de Colombia
Profesor
Maestría en Investigación Social Interdisciplinaria
Universidad Distrital Francisco José de Caldas
geoandes@hotmail.com

El presente texto busca dialogar sobre el devenir de la identidad y la subjetividad del ser contemporáneo: la necesidad de cuidar y mostrar los rasgos de lo que es o ha sido a través de su relación con las imágenes y los objetos de consumo. La entrada al escenario de lo que se dice históricamente del sujeto y las emergencias de nuevas manifestaciones está mediada por apuestas que involucran el universo de la cultura material de los objetos y el mercado. Es posible que en la relación entre autores, momentos y posturas el lector se encuentre con laberintos del sentido frente al acontecer contemporáneo, porque al establecer líneas de fuerza históricas sobre el fenómeno de las identidades y los procesos de subjetivación, algunas formas de llamar las cosas transforman el sentido que se le ha dado a la cuestión

No obstante, es a partir de una pretensión en todo el sentido de la palabra en que las presentes consideraciones se proponen pensar las conexiones del individuo en su relación con lo colectivo en su espacio social, donde implica categorías como sujeto e identidad; teniendo en cuenta factores de gran interés como son los de la marca, el mercado, la publicidad y la imagen.