

NAOMI KLEIN Y EL FIN DE LAS MARCAS (INTELECTUALES)

AUTHOR: [JUDITH GOCIOI](#)

ISBN13: 9788496089013

First Published: 2002

Edition Format: Paperback

Book Language: Spanish

Number of Pages: 128

BOOK DESCRIPTION

No logo, la investigación de Naomi Klein, puede considerarse la versión moderna de El Capital. Como Marx, la periodista canadiense analiza las estructuras económicas y las relaciones de poder que estas generan. Pero, casi dos siglos después, ¿quienes integran ese sistema en la actualidad?

¿Tiene las mismas reglas? ¿Que bienes están en juego? Klein sostiene que las empresas No logo, la investigación de Naomi Klein, puede considerarse la versión moderna de El Capital. Como Marx, la periodista canadiense analiza las estructuras económicas y las relaciones de poder que estas generan.

Pero, casi dos siglos después, ¿quienes integran ese sistema en la actualidad? ¿Tiene las mismas reglas? ¿Que bienes están en juego? Klein sostiene que las empresas ya no se dedican a fabricar productos u objetos, sino marcas.

Ya no se trata de lucrar con bienes físicos, sino simbólicos. Y eso determina un cambio en el tipo de relaciones de poder en todos los niveles: desde las condiciones concretas de trabajo hasta el modo de enfrentarlos, poniendo en juego mucho más que un puesto de trabajo: nuestra subjetividad, nuestra cultura, nuestra relación con la vida. Sobre esos ejes de cambio Klein marca +el paso del producto a la marca y de lo físico a lo simbólico; .

ABOUT AUTHOR

Periodista cultural especializada en historieta, Co-coordinadora del Archivo Nacional de Historietas y Humor Gráfico de la Biblioteca Nacional.