

VI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2004.

Tiempo y sujeto. Política y consumo en la posmodernidad.

Guillermo M. Quiña.

Cita:

Guillermo M. Quiña (2004). *Tiempo y sujeto. Política y consumo en la posmodernidad. VI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-045/564>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

TIEMPO Y SUJETO. POLÍTICA Y CONSUMO EN LA POSMODERNIDAD.

Por Guillermo M. Quiña

guillermo_q@excite.com

Carrera de Sociología-Universidad de Buenos Aires

Abstract

En los últimos tiempos el sujeto ha venido padeciendo transformaciones en su misma constitución social, en particular en lo que hace a la dimensión temporal, con la progresiva difusión de nuevas tecnologías. El vector tiempo, anteriormente dominio del sujeto, parece ser invadido por el mundo objetual, el tiempo de lo real posmoderno está ahora contenido en los objetos, las mercancías. Así es posible una vinculación mercantil del sujeto con la historia. El consumo de “mercancías tecnológicas” como modo de participación en las nuevas realidades ha llevado a la consagración de su valor simbólico, proyectándose una marcada distancia entre el sector social que accede plenamente al mercado y el que lo hace desde sus márgenes. El funcionamiento de la ideología dominante posmoderna se deja ver en la generación de verdades aparentemente objetivas en torno a este salto que parece dar la temporalidad desde el sujeto a los objetos. Ahora bien, frente a ello, la política como cambio, por fuera de lo administrativo, requiere un contacto diferente con la tecnología y los objetos en lo cual el arte parece cargar un significativo potencial. El vínculo artístico entre el sujeto y el mundo objetual, mientras deje viva la posibilidad de alimentarse por fuera de la dinámica mercantil hegemónica, puede restituir al proceso de subjetivación el componente de interacción real con la tecnología que requiere la acción política en la actualidad; para volver manifiesta la honda brecha social posmoderna y

dar un espacio a la creación subjetual extrahegemónica, a una subjetivación política que sea capaz de enfrentar dignamente a la posmodernidad triunfante.

Advertencia al lector

El presente estudio tratará de dar cuenta de algunas de las transformaciones más relevantes de la subjetividad social para la investigación sociológica en los últimos tiempos. Comenzaremos acercándonos a ellas de modo poco habitual: desde un film. En éste se podrá vislumbrar un sujeto desgarrado, la inquietante pérdida del tiempo que supone la reconfiguración contemporánea de nuestro mundo, de nuestras fronteras, de nuestros marcos de referencia sociales, de los tejidos mismos que hacen del individuo un sujeto en el mundo.

Nuevos tiempos

Tenemos pues, protagonista de este film, a un hombre que padece de amnesia constante y apenas sabe quién es; que permanentemente deja huellas fotográficas en sus bolsillos para saber cómo conducirse en su presente, de modo de llevar coherencia al conjunto de sus actos. Nuestro hombre, como cualquiera, se sitúa en el mundo; la diferencia es que él lo hace con sus anotaciones y las fotos instantáneas, vive en el corto plazo y deposita lo que puede para construir el largo plazo en esas anotaciones; su pasado más allá de unos pocos minutos no puede sino ser objeto, papel fotográfico, palabras sueltas, o ya vagas letras que apenas podrían prologar una imagen. Su memoria, desterrada de su ser, no encuentra más lugar que todo lo que le es

ajeno. La cosa-foto que lleva en sus bolsillos se vuelve, pues, depósito de un tiempo que sitúa a los sujetos.

Lo que le ocurre al protagonista del film "Memento" no es más que el relato de una nueva angustia que vive el sujeto frente a la agonía de la conciencia soberana en la "posmodernidad", y el problema del tiempo pone en entredicho al sujeto mismo.¹

El horizonte de significación es nuestra vara para medir el mundo y existir en él, para valorar nuestros actos en socialidad con los otros, con mi propio sujeto tanto como con y en un sujeto colectivo. El horizonte temporal es nuestro tiempo, un recorte de la dimensión temporal con existencia propia, una proyección hacia el futuro (protensión) y un recorte de nuestro pasado más inmediato (retención), es el tiempo de las expectativas (lo que aún no es) y un pasado reciente (lo que ya no es), por oposición al tiempo como almanaques viejos, como libros de historia, como museos. Nos provee el sostén temporal en la significación del mundo. Es un espacio de totalidad que aún pertenece al sujeto, que le permite conservar la idea de unidad a partir de la cual Simmel pensaba a todos los sujetos como historiadores, en tanto sucumben ante una exigencia de totalidad que subsume a las partes modernas, al fragmento en unidad². Ahora bien, esta misma posibilidad de hacer historia queda en entredicho una vez que la temporalidad avanza sobre los objetos; todo intento por hacer historia debe partir de la temporalidad objetiva, de la temporalidad

¹ El film narra la historia de un hombre que perdió la capacidad mnémica de retener y debe investigar la muerte de su esposa a través de anotaciones y fotos.

² "De la índole de nuestra formación de ideas dependerá, por supuesto, que determinados complejos de realidad se subordinen sin dificultad bajo ideas de unidad y, en consecuencia, su totalidad aparece como relación inmanente de sus partes." Simmel, Georg (1949); *Problemas de la filosofía de la historia*, Bs. As., Nova, anexo II "La configuración histórica", pág. 227. Ahora bien, sobre la constitución del ego en unidad histórica, y la constitución unitaria de pasado, presente y futuro, puede verse Husserl, Edmund (1997); *Meditaciones cartesianas*, Madrid, Tecnos, pág.101.

coagulada en las mercancías, no es posible historizar sin la concurrencia obligada de esta enajenación del tiempo, de este “sujeto-fuera”.

Y esto no deja de tener consecuencias gravísimas sobre la configuración histórica misma de la identidad social subjetual contemporánea, pues a partir de ahora la historia objetual, avanzada sobre el corto plazo y configuradora de nuestro sentido como sujetos históricos, nos muestra nuestro propio tiempo como tiempo de los objetos, nuestro pasado se vuelve pasado de objetos, de cosas más que de productores; una suerte de expropiación al hombre de su ser histórico, que se sostiene en detrimento de su vivo pasado, pues la objetivación del tiempo vivo en cosas, en mercancías, permite su administración bajo la misma lógica mercantil y su acercamiento a los sujetos se plantea ahora mediado por la capacidad de valorización del capital. Puesto en ese plano, el tiempo histórico opera como la mercancía fetichizada frente al productor independiente del que hablaba Marx en *El Capital*³.

El caso publicitario

Para comprobar la impronta objetiva sobre nuestras representaciones históricas contemporáneas basta atender al uso publicitario de “imágenes de los años '60, los '70 o los '80”, construidas básicamente sobre una estética extractada de diseños de peinados, modelos de anteojos, vestimenta de aquellos años, recortando un conjunto de imágenes sobre la totalidad social de un momento histórico; quitándole, de este modo, la raigambre social y política, la fuerza simbólica en términos sociales que originalmente encarnaron tales objetos o “modas”, resultado de luchas sociales, históricas, enfrentamientos

³ Esto, en tanto las relaciones históricas subjetivas se le aparecerían al sujeto como relaciones temporales entre cosas y las relaciones temporales entre cosas, como relaciones temporales con vida subjetual. Véase Marx, Karl (1975); *El Capital*, XXI, Cap. I.

con diferentes manifestaciones del statu quo de entonces, que son los que dieron posibilidad y espacio a tal objetivación del ser genérico.

De este modo, el sujeto se va excluyendo de la historia, va cediendo su voluntad, el carácter subjetivo de su existencia para rendirse frente al poder significativo del mundo objetual. La recuperación histórica del sujeto se define así cada vez más a partir del valor-símbolo de las mercancías, la relación con el pasado se determina a través del consumo de un paquete estilístico, perpetrando de este modo una ligazón entre el sujeto y el tiempo histórico, es decir, los momentos constitutivos de su ser genérico, mediante la participación en el mercado de bienes y servicios. Es la coagulación de la subjetividad en un relato cosificado, una mirada preocupada porque aquello no parezca un campo de batalla, la necesidad de contar una verdad por parte del orden triunfante que excluya los fétidos cuerpos y la podredumbre sobre la que se cimienta el orden social actual. Pues un par de pantalones y una camisa “de diseño” tienen la capacidad de eludir, mediante su aparición en el marco del reinado de “la imagen” y su presencia en la actualidad como “objetos de estilo”, su origen en tanto símbolo de subjetividades, en tanto creación histórica del sujeto, en luchas reales, con encarcelados, heridos, muertos y todo lo que ello significa como constitución de la socialidad.

Se presenta así una negación anti-dialéctica de la política, negación inconsciente -en tanto no proyecta conscientemente su origen como disputa- que no es capaz de recuperar el vivo pasado en su existencia actual; un mundo objetual cuyo valor simbólico es puesto a prueba en el mercado, la técnica-anti-política impone su tiranía a través del dominio de los objetos-símbolo, el desplazamiento del tiempo desde el sujeto al objeto se proyecta en el espacio

público como movimiento del orden desde lo político hacia lo policial, desde la lucha de los sujetos, sudorosa y sangrienta, hacia problemas administrativos, metódicos y cristalinos, propios del mercado. La diferenciación que Rancière⁴ hace entre política y policía en la modernidad, es decir, la política como distorsión, como aparición del fuera de conjunto, como puesta en entredicho del orden totalizante al evidenciar su carácter incompleto, la policía como administración, la disposición de un ordenamiento fundado en una cuenta errónea, en una distorsión original; esta distinción es la que queremos recuperar en el plano del llamado “consumo cultural” y el rediseño del tiempo de los sujetos, es decir, cuál es el escenario de la constitución subjetiva en la posmodernidad en momentos en que la globalización se nos aparece como el gobierno de la imagen⁵, como la popularización de los “estilos de vida”, la conformación de segmentos de mercado en función no sólo de su ingreso sino también sus patrones culturales de identificación, representados en “imágenes”: de lo *under*, lo *cool*, lo *clásico*, lo *transgresor*, algo sobre lo cual la publicidad ha indagado más que la sociología en los últimos tiempos. Presenciamos entonces un mundo social en que es clave el papel de los objetos en la construcción de subjetualidades. La realidad de estos tiempos en que el hombre sólo pudo generar y construir ciertas verdades a partir de sus productos cósicos, que cuenta con importantes antecedentes a lo largo del siglo, tales como el salto que significaron el cine y la radio, respuestas culturales ante la irrupción de las masas a principios de siglo, o la

⁴ Rancière, Jacques (1996); *EL DESACUERDO, Política y filosofía*, Bs. As., Nueva Visión, PP. 35 y SS.

⁵ Véase al respecto Jameson, Fredric (1999): “Transformaciones de la imagen en la posmodernidad”, en *El giro cultural*, Bs. As., Manantial.

ametralladora, respuesta ante esa misma irrupción en el plano bélico, encuentra ahora un salto no sólo cuanti sino también cualitativo.

Del cine al software

En este sentido, si ya Benjamin⁶ llamaba la atención sobre la desaparición del sujeto contemplativo de la obra de arte, puede encontrarse en esta nueva puesta en escena de la realidad algo mucho más volátil, fugaz y veloz que lo que significó la transformación de la realidad a partir del cine a principios del siglo veinte; es un salto no sólo más abrupto sino también con muchas más posibilidades de extensión en lo social. La creación de realidades a partir de la invención del cine (cámara lenta o rápida, detención de imagen, en fin, irrupción de un nuevo tiempo en la percepción humana de realidad) trasmuta ahora en una situación en la cual el sujeto sólo puede obtener su realidad a través de las cosas. Es una época de consagración del valor simbólico de las mercancías, de ahí el creciente peso del consumo como símbolo de la posmodernidad, como herramienta clave en la constitución del sujeto contemporáneo.

La mercancía-información, símbolo por excelencia de lo posmoderno, transporta la dimensión temporal que ha de sujetar a los sujetos. En la sociedad contemporánea éstos adquieren la función específica de permitir la circulación de tiempo objetual, mediante la cual se constituyen como tales, a la vez que potencian la realización de los saberes encarnados en el objeto (tiempo incluido) como cosa-en-sí con consciencia propia, es decir, sin la necesidad de comprensión cabal por parte del sujeto para el cual funcionan como herramienta en su proceso de subjetivación laboral, cultural, etcétera.

⁶ Benjamin, Walter (1993), "La Obra de Arte en la Época de la Reproductividad Técnica", en *Discursos Interrumpidos*, Barcelona, Planeta Agostini.

Estos procesos de cambio generados por la necesidad del avance tecnológico permanente suponen una alteración significativa en la función y las posibilidades del sujeto frente al mundo cósmico, y en el marco de la división del trabajo llevan a un creciente desconocimiento por parte del sujeto de la realidad tecnológica y objetual que interviene en su trabajo así como lo trasciende la dimensión temporal de los procesos de intercambio, cuando ésta requiere lapsos de tiempo minúsculos para la movilidad de capitales y transacciones financieras que exceden las capacidades subjetivas de intervención en tecnologías altamente avanzadas.

¿Qué sujetos?

Slavoj Žižek plantea que la ideología funciona en el hacer y no en el saber, es decir, en las ilusiones que los sujetos toman como premisas para su acción y no en la creencia de esa ilusión como fuente de verdad. Los sujetos, al actuar “como si” la realidad ideológica fuera verdadera, dejan de lado la importancia que tiene esta ilusión misma para configurar realidad a partir de sus actos, es decir, desconocen que su realidad está orientada por una ilusión ideológica. La trampa está en lograr que los sujetos “hagan como si” la fantasía ideológica fuera cierta, aun cuando sepan que la verdad es otra.

Nosotros decimos: el papel de velo que cumple la tecnología en las sociedades posindustriales es fundamental para que opere una constitución ideológica del sujeto a partir del consumo de publicidades, periodismo, TV, estilos de vida. La asunción de todo un mundo de verdades ajeno al sujeto, orienta sus prácticas y la fantasía ideológica no radica en que estos desconozcan su origen subjetivo, sino que “simulen su realidad” para hacer posibles sus ejercicios de consumo y

producción. A través del consumo de información, imágenes, estilos, diseños, ella es capaz de operar sobre los procesos sociales de subjetivación.

En la década del 90 el agotamiento del patrón fordista de acumulación y la demanda creciente de avances tecnológicos acordes al nuevo patrón toyotista en el mundo de los negocios, han generado requerimientos de personal altamente capacitado, adecuado para operar flujos de mercancías e información con alto valor de diseño y tecnológico, haciendo uso en escala creciente de tecnología digital e internet.

Esto ha llevado a la conformación de un sector de profesionales y empleados altamente calificados y relacionados con la generación, distribución y provisión de mercancías y servicios de altísimo valor agregado y con un componente muy importante de diseño⁷; este sector al que Lash y Urry llaman “ganadores reflexivos”, pues son los que aprovechan, en la constitución de la subjetividad posmoderna, su posición en el mercado como agentes activos intervinientes vinculados a estas nuevas demandas de modo más integral. Es decir, los sectores con una inserción más orgánica en los mercados de consumo (por los altos ingresos que perciben) así como en los de producción (por los lugares que ocupan en la cadena productiva), lo cual los ubica en posiciones clave dentro de la cadena de circulación de mercancías.

Ahora bien, aún hoy la mayoría de la población argentina no posee computadoras de uso personal y una inmensa mayoría no accede a internet.

¿Qué significación tiene esto para el análisis sociológico? Pues bien, todo análisis que pretenda atender a los cambios en el sujeto posmoderno no puede perder de vista las diferencias planteadas en términos de relación sujeto-objeto

⁷ Véase Lash, Scott y Urry, John (1997); *Economías de signos y espacios*, Bs. As., Amorrortu.

y cómo se proyectan sobre ellas las diferencias sociales. Pues esta relación con los objetos que veníamos analizando tiene asidero en el sector social de los “ganadores reflexivos”, los que mantienen una relación fluida con las mercancías-símbolo-imagen-información, mas sucede de modo distinto en otros sectores sociales con acceso limitado al mercado de consumo tanto como al de trabajo, lo que supone menor participación en el producto social.

Sujetados al mundo cultural

En la actualidad no sólo vemos rota la diferencia entre alta y baja cultura -algo que ya varios autores de la Escuela de Frankfurt habían puesto de manifiesto⁸- sino que se construye una nueva diferenciación ya no a partir de la detención de conciencia que requería la alta cultura, sino a partir del uso de la tecnología avanzada en el marco de un horizonte temporal cosificado para generar una participación activa en el mundo estético cultural dominante.

La cuestión, tomando en cuenta la transferencia de los saberes y la dimensión temporal desde el sujeto hacia el objeto a que hacíamos alusión más arriba, estriba no en una desaparición de la detención de conciencia para lograr un acercamiento a la cultura, sino en seguir el recorrido de la capacidad reflexiva, que en la actualidad parece volcarse hacia los objetos, por lo cual existe hoy una reformulación de las condiciones en que los objetos culturales interpelan a los sujetos. En este sentido la pertenencia al mundo cultural posmoderno se define hoy también a partir del tipo de contacto que tengan los distintos sujetos con estas nuevas capacidades reflexivas depositadas en los objetos, con lo cual el acceso al mercado de consumo se vuelve crucial.

⁸ Véase Marcuse, Herbert (1985), *El hombre unidimensional*, Barcelona, Planeta Agostini; también Horkheimer, Max y Adorno, Theodor Wiesengrund (2001), *Dialéctica de la Ilustración*, Madrid, Ed. Trotta.

¿El fin del sujeto?

Significa sí otro sujeto, un sujeto no ya centro del mundo, sino descentrado en lo que a ubicación dentro del mundo y consciencia de sí mismo se refiere. Un sujeto que busca re-centrarse en el mundo a través de la participación en el universo cósmico, en la coseidad mercantil. Sin embargo, y en particular en Argentina, los últimos quince años han dejado un saldo social muy polarizado, y nuestro análisis sobre estas transformaciones debe contemplarlo. En función de esto sostenemos que hay otro sujeto que viene padeciendo los llamados males neoliberales: precarización laboral, falta de atención sanitaria, problemas de vivienda, deserción escolar, mortalidad infantil, vinculación mínima con el mercado de consumo; un sujeto que sí se encuentra des-ubicado, pues se ubica de modo precario en la realidad temporal cósmica, legítima, propia de los sujetos “triunfantes” de la posmodernidad.

De este modo entendemos hay trazada una fuerte diferencia entre dos sectores sociales a partir del carácter de su vinculación con el mercado y las nuevas tecnologías: un sector con un acercamiento interactivo con las nuevas tecnologías, que no sólo consume tecnología sino que también produce con ella, mientras el otro sector ve pasar lejos de sí la tecnología en su faz creativa, pudiendo apenas consumir algunos productos tecnológicos en el mercado.

La legitimidad lograda por los avances tecnológicos en la última década ha llevado a que la dinámica de difusión de mercancías-símbolos a través del mercado, y la importancia de los medios masivos de comunicación en ella, se vuelvan cuestiones fundamentales constitutivas de la socialidad.

Observamos que la TV reviste especial importancia pues es el mayor ámbito de “socialización” de los sectores que se perfilan como nuevos desplazados en el mapa social, dentro de la “sociedad de consumo e información”. Fuera de la TV, estos sectores ven ajenos a sí gran parte de la circulación de información y mercancías con alto valor estético y de diseño, ya que operan en una órbita (el mercado) cuyo acceso encuentran restringido.

Analizar nuevas necesidades temporales y discursivas que en los últimos tiempos vienen imprimiendo los “estilos de vida”, las velocidades aceleradas en la transmisión de información y la dinámica de una estetización cada vez mayor de los diferentes planos de la realidad, requiere que nos sumerjamos en las relaciones que este segundo sujeto establece con las nuevas dinámicas de la posmodernidad. ¿Cómo acercarse a ellas?

Si es evidente la extensa legitimidad lograda por las nuevas tecnologías en la última década, nuestro análisis del sujeto “dominado” no puede prescindir del modo en que se construye legitimidad, en que diferentes elementos de la realidad social ganan aprobación en el conjunto de la sociedad.

Deberemos analizar pues nuestro problema teniendo en cuenta el concepto de competencia y lucha en el plano simbólico que problematiza Bourdieu en *La Distinción*⁹ al analizar el comportamiento de la pequeña burguesía tras la búsqueda de distinción, la apropiación de símbolos que vehiculizan cánones de estilos de vida propios de la clase dominante. Pues detrás de esta dinámica dentro del campo simbólico se esconde una segunda competencia, ya lejana de la impronta vanguardista que busca instituir nuevos símbolos distintivos, mas funcional a su movimiento en lo que a popularización se refiere, es decir,

⁹ Véase Bourdieu, Pierre (1984); *La distinción*, Taurus, Madrid, cap. 6.

un movimiento que traza una apropiación posterior y persistente de ciertos símbolos, que antaño constituyeron banderas de vanguardismo y distinción para los sectores dominantes, por parte de los sectores desplazados en la escala social, significando para estos últimos no tanto un elemento de distinción aunque sí de pertenencia al “nuevo mundo”, de acuerdo a los valores en él consagrados legítimos, algo percibido especialmente en los últimos años en la Argentina en lo que tiene que ver con consumo a través de los medios.¹⁰ De tal manera pensamos a la TV en su papel de proveedora de elementos “distintivos”, en el marco de esta segunda competencia ya mencionada, elementos que son capaces de operar como símbolo de pertenencia a una realidad transformada.

Creemos que el efecto de verdad propio de una época vista como transformación constante, debe ser shockeante, rápido, directo y con la mínima mediación posible; y eso es algo ante lo cual la imagen televisiva ha sabido volverse verdadera vanguardia. Lo que nos parece significativo aquí es la ligazón entre la tecnología, el sujeto y la producción de un mundo como verdad, que condensa la imagen televisiva.

La característica de este tipo de consumo de “tiempo posmoderno” por parte de sectores de bajos ingresos es que éstos participan inorgánicamente de estas transformaciones, la vinculación que establecen con “el nuevo mundo gobernado por la imagen” dificulta las funciones constructivas, pues se limita a un acercamiento al mundo de las “mercancías de la imagen” provisto por la TV, tal vez el medio de comunicación con menos potencialidad para desarrollar

¹⁰ Véase *Ibid.*, pág. 248: “Las clases dominadas sólo intervienen a título de punto de referencia pasivo, de contraste”, puesto que lo que Bourdieu está analizando es la dinámica de la distinción. En tanto nosotros estamos interesados en la consagración social de un consumo de nuevas dimensiones temporales legítimas en la creación de verdades, se vuelve crucial la intervención de los “dominados”.

vínculos interactivos con el público. Así, la falta de vínculos integrales, de ida y vuelta con la nueva realidad, da cuenta de un proceso de construcción de subjetividad diferente, aunque los valores legítimos orientadores sean compartidos con los sectores dominantes; vemos un sujeto, entonces, en una relación precaria con el mundo tecnológico objetual en la cual se posiciona como receptor más que como emisor. De este modo la práctica política deberá lidiar con estas nuevas dificultades generadas por la cada vez mayor brecha en el proceso de subjetivación posmoderno.

Conclusión: políticos posmodernos

Debemos enfocar en el problema de la política qué nuevas perspectivas se generan a partir de las pautas posmodernas de constitución de sujetos arriba tratadas. Partiendo de la existencia de dos acercamientos ideales al “mundo de la imagen”, que corresponde a dos tipos de sujeto, importa ubicar el espacio de la potencialidad política, de cambio, de visión crítica y posibilidad de proyección política de las contradicciones actuales.

Por un lado, la contemporánea pérdida del horizonte temporal a la que nos referíamos al principio del trabajo tiene por partícipe a un sector claramente identificable del nuevo mapa social, aquél más vinculado con las nuevas tecnologías.

Por otro, la realidad de la mayoría de la población, ajena a internet tanto como al consumo de bienes y servicios con un fuerte componente de diseño más allá de la TV, difícilmente pueda tener proyección política (es decir, pueda ser leída fuera del discurso legítimo) sin elementos teóricos que den cuenta de la objetivación creciente del tiempo como horizonte, tanto como de la actual

‘tiranía’ de la técnica, de modo tal que no se caiga en el llamado “sentimiento de indignidad cultural”¹¹, soporte de la dinámica de competencia generada en los sectores subordinados como marco de la relación precaria establecida entre ellos y las nuevas realidades.

Ahora bien, la brecha entre sectores integrados y excluidos de la dinámica tecnológica posmoderna no es una potencia política en sí misma. Para lograr expresarse políticamente no se puede menospreciar la legitimidad ganada por el mundo objetual en los procesos de subjetivación. Y es desde el arte que se puede plantear una vinculación libre entre el sujeto y las cosas, es el lugar desde donde se puede desarrollar una reflexividad que vuelva al sujeto, que lo vincule con el mundo cósmico de tal modo que pueda enfrentar con esa vinculación libre a la legitimidad opresiva de la imagen posmoderna.

Si sosteníamos que en la dimensión temporal se generaba una invasión mercantil del “tiempo creativo” deleuziano¹², el lugar de la creación y de la historia, de las ideas que trascienden al fragmento, entonces, el arte tiene mucho por dar; es fundamental en términos de las posibilidades con que cuenta para generar proyecciones sobre ese tiempo cosificado propio de la nueva realidad, desde fuera de los intereses del mercado, porque puede hablar de la naturaleza de un sujeto posmoderno que vivencia fuertemente esta pérdida, pues es capaz de rescatar sus contradicciones en el aspecto más avanzado de su desarrollo, porque puede integrar el avance tecnológico y estético propio de la globalización con la dinámica excluyente del neoliberalismo, de la cultura como espacio de mercado, de circulación.

¹¹ Véase Bourdieu, Pierre; *Op. Cit.*, pág. 248.

¹² En el sentido en que el tiempo presente se concibe como “escisión creadora”, en tanto el presente recupera pasado y se proyecta al futuro. Al respecto véase Badiou, Alain (1997); *Deleuze. El clamor del ser*, Buenos Aires, Manantial.

En este sentido deja abierta, en un marco legítimo, socialmente aceptado, la posibilidad de llevar a consciencia la relación entre el sujeto y la tecnología más avanzada, al posibilitar un contacto entre obra y sujeto no mediada por el mercado ni orientada por la lógica de valorización.

La pregunta es si está el arte hoy a la altura de las demandas de politicidad de la sociedad civil. Después de la crisis del 2001, en Argentina se han sucedido muchas experiencias artísticas que, explícitamente militantes o consecuentemente de protesta, han generado espacios de crítica a la legitimidad de la imagen posmoderna ya mencionada, tales como las vinculadas a fábricas recuperadas (Brukman, Grissinopoli, IMPA) o al movimiento asambleario. Ahora bien, ¿cuánto hay en ellas de potencialidad para plantear una lucha política que dispute la hegemonía de los sectores dirigentes? ¿Qué perspectivas de vinculación entre arte, protesta y sujetos se abren aquí? ¿Cuáles son los aportes de estas experiencias al desarrollo de subjetividades políticas?

Si bien la respuesta a estos interrogantes merece una investigación aparte, debemos tener en claro que mientras las verdades son en la actualidad construidas desde el gobierno cósmico-tecnológico, la política debe lidiar con problemáticas diferentes a las que enfrentó durante procesos de subjetivación clásicamente modernos. A riesgo de no detener su historia y volverse anacrónica, ésta debe ser capaz de gestarse recuperando un espacio de libertad para el sujeto que le permita enfrentar con dignidad las verdades mediático-cósmico-tecnológicas. Es en la construcción de ese lazo donde encontramos fundamental la intervención del proceso de creación artístico.

Bibliografía

Badiou, Alain (1997); *Deleuze. El clamor del ser*, Buenos Aires, Manantial.

Bauman, Zygmunt (1999); *La globalización, consecuencias humanas*, Bs. As, FCE.

Benjamin, Walter (1998); *El Concepto de Crítica de Arte en el Romanticismo Alemán*, Barcelona, Península.

Benjamin, Walter (1993); "La obra de arte en la época de la reproductividad técnica", en *Discursos interrumpidos*, Barcelona, Planeta Agostini.

Bourdieu, Pierre (1998); *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama.

Bourdieu, Pierre (1984); *La distinción*, Madrid, Taurus.

Featherstone, Mike (2000); *Cultura de consumo y posmodernismo*, Bs. As, Amorrortu.

Horkheimer, Max y Adorno, Theodor Wiesengrund (2001); *Dialéctica de la Ilustración*, Madrid, Ed. Trotta.

Lash, Scott y Urry, John (1997); *Economías de signos y espacios*, Bs. As., Amorrortu.

Lukács, Georg (1984); *Historia y consciencia de clase*, Madrid, Sarpe, tomo II.

Marcuse, Herbert (1985); *El Hombre Unidimensional*, Barcelona, Planeta Agostini.

Marcuse, Herbert (1972); *Ensayos sobre Política y Cultura*, Barcelona, Ariel.

Marx, Karl (1995); *Manuscritos: economía y filosofía*, Madrid, Alianza.

Marx, Karl (1975); *El capital*, México, XXI.

Merleau Ponty, Maurice (2000); *Fenomenología de la percepción*, Barcelona, Altaya.

Rancière, Jacques (1996); *El desacuerdo, Política y filosofía*, Bs. As., Nueva Visión.

Sarlo, Beatriz; “Basuras Culturales, simulacros políticos”, en revista *Punto de Vista* N°37, julio '90.

Sartre, Jean Paul (1993); *El ser y la nada*, Barcelona, Altaya.

Shakespeare, William (1929); Hamlet, Príncipe de Dinamarca, en *Obras Completas*, Madrid, M. Aguilar.

Simmel, Georg (1949); *Problemas de la filosofía de la historia*, Bs. As., Nova, anexo II “La configuración histórica”.

Vernik, Esteban; “Miradas políticas por TV. Una etnografía del discurso político televisivo”, en revista *Sociedad*, N°17/18, Junio '01.

Virilio, Paul; “Velocidad y Fragmentación de las imágenes”, entrevista publicada en revista *Flash-Art* (International edition), Enero-Febrero, 1988.

Zizek, Slavoj (1992); *El sublime objeto de la ideología*, México, XXI.