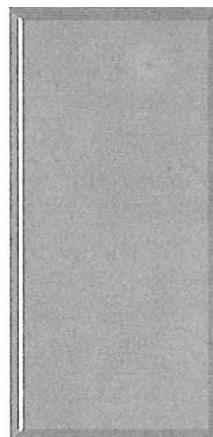


Álvaro B. Márquez-Fernández*

*Imagen y Estética del discurso postmoderno
en tiempos de globalización*

(*) Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela



RESUMEN

La imagen y la estética influyen decisivamente en nuestra comprensión de los fenómenos de la realidad y su aparición a la conciencia. Es indiscutible el poder de simbolización y significación que tienen en los procesos comunicativos de cualquier tipo. La postmodernidad y la globalización representan un tiempo histórico en el que la producción estética de la imagen ha ampliado el mercado de consumo de los objetos, donde el placer y la sensibilidad de los individuos son puestos al servicio de los valores utilitarios de una sociedad que todo lo convierte en mercancía. La postmodernidad fragmentada y la globalización uniforme, se valen del dominio mediático de la imagen y la estética para reducir la trascendencia simbólica del hombre.

Palabras clave: Imagen, estética, postmodernidad, discurso.

ABSTRACT

The image and Aesthetics play an important role in our understanding of the reality phenomena and their appearance in our consciousness. The power of symbolization and signification that the communicative processes have are certain. The Postmodernity and the globalization represent a historic moment in which the aesthetic production of image has broadened the object consumption. Then, the pleasure and the sensibility of the individual are in service of utilitarian values of society that become a good. The fragmented Post-modernity and uniform globalization use the media control of image and Aesthetics to reduce the men's symbolic transcendence.

El ángel de Benjamín

(Sobre el concepto de historia, IX)

ya no contempla en la historia un montón de ruinas

sino una tienda de «todo a cien»,

*y el viento huracanado que lo arrastra de espaldas hacia el futuro
se suspende en un inquieto presente de resplandor equizofrénico.*

*En vez de alas trágicas del
apocalipsis ¿alas de mariposa?*

*El tiempo, la muerte se esfuman en el vuelo singular
de instante en instante, sin memoria ni futuro.*

*Por eso la postmodernidad es cautelosa,
desescalada militar y policialmente,
elude la tragedia, la tapa con gestos suaves¹*

I. La imagen y su condición ontocreadora

Por la imagen logramos la percepción de las figuras de los objetos y, por medio de ellas, las características de su forma y contenido. La figura no es un predicado accidental de los objetos, no es convencional ni relativa. La figura porta, en su forma y contenido, la com-posición de lo que es el objeto. Entendiendo por com-posición no sólo su estructura o modelo particular, sino también una contextualidad de relaciones.

La realidad que percibimos como objeto de nuestra contemplación o comprensión, responde a la imagen que nos hacemos de ella. En ese correlato entre existencia y pensamiento, entre conciencia y objeto intencionado, es que la imagen surge como proceso de aprehensión contingente y necesario. Por la imagen le otorgamos voz al silencio.

Sin imágenes la realidad no podría ser imaginada. Aunque esto parezca una definición prosaica, no lo es porque precisamente se trata de un acto de creación discontinuo y sin predicciones. La realidad es concertada por medio de las múltiples imágenes que nos hacemos de ella. Lo contrario supondría una manera de captar la realidad sin conformidad con su contenido.

La imagen siempre se encuentra en la fundación de nuestra percepción-representación de la realidad. A través de ella revelamos el mundo en su

¹ José María Ripalda, De Angelis. Madrid: Trotta, p. 196-197.

substrato significante, o sea, interpretación de los signos a través de nuestras simbolizaciones conscientes e inconscientes. Por la imagen se nos hace presente el aura del ser. En la poesía, por ejemplo, -diría Heidegger- tendríamos la manifestación de la más sublime de las imágenes sensibles: la metáfora. Unidad de unidades que nos permite acceder a esa significación que no forma parte del significado de lo real, sino que es lo otro supuesto. Es en el mito, para Lévi-Strauss, donde la representación más natural de nuestra imagen del mundo sensible nos permite enlazar, sin conflictos racionales, lo simbólico y lo supra-real.

En cualquier caso las relaciones simbólicas y cognoscitivas entre imagen y mundo, contrariamente a los que el uso popular del vocablo pueda indicar, no tienen vinculación alguna con la falsa idea de que la imagen es una representación ficticia de la realidad. Ni para la poesía, la mitología, la ciencia o la filosofía, eso es valido. Al contrario, es por medio de la imagen que presentamos y representamos la realidad, y al quedar ésta convertida en objeto de nuestra imaginación pasa a formar parte de nuestro mundo sensible e intelectivo.

Baste detenernos en este punto al que hemos arribado, con la finalidad de orientar el argumento que deseamos exponer, en esta primera parte de nuestra conferencia.

Organizar el mundo por medio de imágenes, cualesquiera que sea su naturaleza, es pensar la realidad, y aceptarla, como un modelo de nuestras percepciones simbólicas, con suficiente dominio sobre las motivaciones psicológicas de nuestras acciones. Desde este punto de vista, los supuestos discursivos de nuestra racionalidad quedan indefectiblemente asociados al substrato imaginario del pensamiento. Es en el ámbito de la conciencia fenomenológica donde nuestros proyectos existenciales se comprometen con aquellos ideales, principios y símbolos que asumimos como trascendentales en la vida. Por lo que somos capaces de crear los rituales y las tradiciones de las que nos valemos para conmemorarlos. Es decir, que antes de la palabra, si algo existía, era solamente por la imagen.

No puede considerarse la imagen como una ficción o fantasía perceptiva, menos todavía como producción imitativa. Ella juega un rol principal en la construcción del discurso, implica el referente imaginario del que se vale cualquier proceso comunicativo para estructurar el mensaje a emitir. Por su función de adjetivación del mensaje, la imagen es el medium de la connotación perceptiva-representativa de la realidad, que se realiza al definir la codificación óptica del universo material del símbolo.

La imagen es puro metalenguaje, es decir, lenguaje del lenguaje, que habla sobre lo que se habla, que expresa sobre lo que se expresa, dice sobre lo que se dice, en ese modo tan consustancial en el que lo hablado, lo expresado y lo dicho, es captado por los sentidos de la percepción en su más plena infinitud significante. Es válido, entonces, hablar del poder de la imagen, porque este es un poder que, a diferencia de otros, comunica, transmite, proyecta sentidos sobre la realidad y desde la realidad. Quizás sea por eso que la literatura, la pintura, la escultura, el teatro, la música, el cine, por ser saberes cuyos lenguajes tienen su principio y fin en la imagen, es que son universos simbólicos que nos abren el sentido de la libertad anhelada.

La imagen incorpora a la semiótica una inteligibilidad que pone en correspondencia lo sensible con lo conceptual o categorial. Alude a esa parte de la significación objetual en la que las percepciones de los sentidos logran ser incorporadas a la trama lingüística de la comunicación, influyendo en el orden espacial del texto y en las fronteras psíquicas del perceptor.

II. La estética como libertad del sentido

La sensibilidad que porta la imagen no es per-se. Siempre está asociada a una condición estética que le sirve de suplemento. La notoriedad del acto estético hace que la imagen adquiera un soporte de placer y satisfacción por parte de quien es perceptor de ella, por lo que el medio de expresión comunicativo toma partido en la difusión más adecuada y pertinente para cumplir con esta finalidad, lo que demuestra la relación pragmática entre valor estético e imágenes públicas o privadas.

Lo que pudiera entenderse como el valor estético que una imagen pueda tener o no, es su cualidad para despertar en la conciencia subjetiva y sin finalidad, de uno o varios sujetos, la idea de satisfacción cuando se presume que «algo» es bello y agradable a los sentidos. Aquello que por su dramaticidad nos hace vivir en la espontaneidad de las percepciones sensibles, la realidad que se manifiesta. De esta manera los valores de cualquier lenguaje estético logran orientar la comprensión de las imágenes a través de códigos abiertos a la aceptación o al rechazo, según sean los niveles de credibilidad de los que gozan las imágenes transmitidas en las relaciones de intercambio simbólico. De manera que habrá, con toda seguridad, len-

guajes y modelos estéticos más aceptados que otros, con mayores o menores adhesiones, dependiendo de la capacidad discursiva de sus lenguajes para alcanzar niveles de significación lo suficientemente representativos como para generar mecanismos de identificación simbólica generalizados.

Desde este punto de vista la estética no es sólo un elemento integrador más de los lenguajes artísticos, sino que es una praxis social que tiene una fuerte injerencia con las imágenes de presentación y representación de lo que puede ser considerado como los valores imaginarios de los principales ideales de los seres humanos, sean los de justicia, libertad, igualdad, paz, amor, bien al prójimo; como también, los de odio, guerra, terror, angustia, dolor, desesperanza, soledad, etc. De la misma manera los cánones estéticos responden a las sublimaciones, por medio de imágenes amigas o enemigas, de las principales discusiones en torno a los problemas políticos, sociales, éticos, etc., de una sociedad.

La estética entendida como teoría de la significación, busca crear una coyuntura interpretativa en el lenguaje artístico, para ello suministra a las imágenes esa perspectiva de situación y contextualidad que las aproxime a las definiciones y a la aceptación pública. El orden estético continuamente se nutre del conjunto de vivencias subjetivas, dotándolas de un valor que pueda ser compartido. No hace más que destacar y poner de relieve que la sustitución de la palabra por la imagen (figurativa o no, abstracta o no), tiene el propósito de intervenir de otra forma la realidad y re-descomponerla. En esta mediación, la estética actúa como discurso reflexivo y autoconciencia simbólica, extrayendo de las imágenes de la realidad lo que éstas tienen de específico como figuras de la percepción, dando lugar a los diversos estilos de los que se vale para modelar la sensibilidad, afectos, deseos, sentimiento, emociones, etc.

La libertad más necesaria del hombre es quizás la libertad a la que lo conduce su sentimiento estético por la vida, el gozo y el disfrute, la satisfacción y el placer que es posible, sólo con usar sus sentidos en la dirección de sus intereses particulares o colectivos. El sentido de lo estético es un sentido siempre receptor de un perceptor que quiere ir y ahondar en ese más allá de la imagen, trascenderla, volviéndose sobre sí mismo sin extraviar su entorno. Esta actitud del perceptor convierte a la imagen en arte y al arte en un estilo de representar los universales del hombre. En una forma de ver y hablar, entender y expresar el mundo a través de un lenguaje artístico que efectivamente complete nuestra comprensión de la realidad.

Es inherente al lenguaje de la estética una razón poética que le sirve de enlace con la realidad que se pretende representar y normar simbólicamente a través del uso de las imágenes. El gusto por lo que es sublime y bello es una conducta motivacional que nos permite afianzar nuestras relaciones y experiencias estéticas desde la más simple hasta la más compleja. Una actitud sensible que se complace en sí misma y que no requiere de ningún control previo ni externo, para lograr su finalidad. Podría decirse que la estética nos pone frente a un mundo de autonomía sin voluntad de control, o sea, deseo satisfecho por el placer de nuestros sentidos (Nietzsche).

III. Postmodernidad y globalización: desfundamentación simbólica de la realidad

En supra hemos expuesto, de manera general, nuestra opinión de lo que entendemos por imagen y estética, con la intención de establecer algunas características que nos permitan situarnos en el discurso postmoderno.

Es una reflexión que está, como cualquier otra, comprometida con una concepción del código comunicativo desde un punto de vista materialista, hermenéutico y fenomenológico, con el propósito de captar el topos de aquello a lo que nos están remitiendo las imágenes y símbolos; comprometida con la libertad de los signos y de los medios para comunicarla. Sólo por el lenguaje es que podemos hacer inteligible la realidad y nuestra voluntad. Por la imagen nos relacionamos con la organización del objeto-símbolo y por la estética con las interpretaciones sensibles de estos símbolos en el marco de la cultura.

Ambos construyen una semiosfera de la vida, cuya ánima tiene el don que despierta la devoción y la pasión por la contemplación que surge de ese reflejo de luces que se origina por la heterodoxia de los signos, que no pueden estar sujetos a leyes cíclicas y previsibles. La libertad de los signos no sólo consiste en su arbitrariedad, sino en la heterogeneidad.

La imagen y la estética forman parte de cada momento o período histórico. Ellas transmiten ese saber primitivo, figurativo, impresionista, surrealista, cubista, abstracto, conceptual, etc., que resultan de las relaciones sociales de producción simbólicas generadas por el contexto social, y del que éstas dan cuenta interpretativa y representativa, de un modo diferente al del discurso de la racionalidad científica. El espacio semiótico en

el que se desenvuelve va siendo contenido por la historia que transcurre, sin dejar de ser inmune a las determinaciones y caducidad del tiempo proyectado.

La imagen y la estética nos dan su particular testimonio de las vivencias que surgen de las subyacencias de los códigos que, originados por la realidad, devienen sobre ella de manera infinita. Integran, en un mosaico, las partes de una totalidad en continuo movimiento. Por la imagen y la estética accedemos a un modo de conocimiento que nos exterioriza, con su plasticidad, una mirada de lo que existe y que no siempre los ojos convencionales descubren: la conciencia subjetiva del hombre a través de la imagen-símbolo y de la imagen-interprete, reclamando y denunciando lo que es y no es humano, lo posible o imposible de la razón. La historia y la filosofía del arte así nos lo enseñan.

En las imágenes artísticas y en la interpretación estética, se nos narra, repito, esa historia de nuestro saber de la realidad. No es únicamente nuestro dominio lógico-racional el que produce ese conocimiento.

Sin embargo, el desarrollo de la ciencia y la reproducción del arte por medio de la técnica, han convertido a la obra de arte, a la imagen y a la estética, como dice W. Benjamín, en objetos de consumo, cambiando e invirtiendo por completo las relaciones entre los signos y los símbolos, los mitos y las realidades. La secularización de la razón y su visión científica de la realidad, viene contribuyendo a la ontologización de una imagen y una estética de la realidad-mundo, muy en concordancia con la calculabilidad de la razón técnica.

Me parece que esta es la principal característica del discurso postmoderno, el logro de una estetización y una imaginería de la realidad a partir de un dominio mediático de la estructura de significación de los objetos, para lo cual se sirve, precisamente, de la electrónica, que se ha convertido en la principal fuerza de integración social, distribución y consumo de objetos. En modo alguno la postmodernidad cancela o supera el proyecto moderno, pues ahora cuenta con la base tecno-reproductiva para la manipular la conciencia simbólica a través de relaciones y conductas ciberneticas. Las experiencias virtuales han roto el hemisferio de los límites y las nuevas arquitecturas de la diseminación han entrado en escena. La realidad ha perdido su originalidad y ha sido sustituida por la pseudo concreción.

Reducción y minimalismo de la imaginación por una culturalidad uniformizante de las percepciones. Lo conceptual ha dejado paso a lo indeterminado, abstracto, absurdo, arbitrario, banal, sincrético, efímero, ho-

rizontal, espontáneo, des compromiso, etc. El discurso postmoderno apuesta cada vez más por un sistema de signos en el que la apologización de la retórica ficcional todo lo acepta como probable. No existen distingos, las contradicciones no son admitidas, los contrastes se acentúan con el propósito de infringir cualquier sincronía entre las imágenes-símbolos, no hay gravedad en el movimiento, porque en el tiempo cibernetico los espacios son virtuales, es decir, exceden la capacidad de los sentidos y opaca nuestra conciencia de ellos.

Lo postmoderno es la otra modernidad sin residencia, sin anthropos, que niega el reencuentro con el otro. Todos los universales simbólicos e imaginarios del discurso postmoderno hacen caso omiso de esta condición de existencialidad que porta y transmite la vida. Al abandonar la imagen del subjetivismo moderno, quiere olvidar la realidad de los sujetos que ahora sufren las otras objetivaciones de esta modernidad posterior, que todavía no sabe distinguir su rol en esa historia que rechaza.

La razón postmoderna se ha alzando con la imagen de un Jesucristo sin resurrección, de una verdad sin negación, de un poder sin política, de un mercado sin moral, de un prójimo sin otro yo, de una subjetividad sin sujeto, y los maleficios de la Pandora televisiva. Se reputa de infinita y sin historia. No existe imagen del otro, no hay rostro del otro.

¿Quizás sea la postmodernidad el fin último de la razón? ¿Es posible un espacio de acción fuera del dominio de la razón y de las libertades subjetivas de los seres humanos?

El dominio mediático sobre el espacio y el tiempo de las imágenes termina por producir una visión apócrifa del mundo y un reduccionismo de nuestra capacidad estética como creadores de sensibilidad. El discurso postmoderno avala la trasgresión de la realidad desde su crítica a la homogeneidad y unicidad racional cartesiana, en virtud de sus postulados sobre la pluralidad y la discontinuidad gnoseológica. Pero esta otra «cara de la moneda», no se realiza a través de otra liberación, sino que centra su libertad en un individualismo egoísta y posesivo, en el consumo del lenguaje visual, la mitología tribal, y un monopolio de la significación del signo como simulacro, convirtiendo el campo de las experiencias psíquicas en residuos amorfos, insustanciales, inertes, neutros, implosivos, al desconectarlas de las imágenes que están asociadas con el inconsciente colectivo de la tradición y los rituales.

La estética del discurso postmoderno lleva al extremo el lenguaje de la sensorialidad perceptiva, a través de una retórica de la imagen que los

medios de comunicación se encargan de inculcar en el colectivo social a través de una aceptación pasiva de todo lo que es contrario a lo sublime, como lo siniestro, sórdido, soez, desnaturalizado, podredumbre, vejatorio, convirtiendo a la imagen en un terrorismo del sentido.

Es fácil ejemplificar nuestra afirmación con tan sólo ver como en estos tiempos de capitalismo globalizado, el dominio tecno-reproductor de las relaciones productivas han alcanzado controlar las representaciones sociales agudizando fórmulas y técnicas de publicidad de masas, donde lo inauténtico adquiere carta de ciudadanía pública. La reflexión y la crítica se pierden, porque no hay espacio para la disidencia ya que el valor de cambio de la realidad virtual es incuestionable. En este tipo de realidad las imágenes no nos permiten ir más allá de la autoreferencialidad con la que el código debe ser asumido en sí mismo, sin dejar posibilidad de tematizar el campo de la imagen-símbolo (representada). Es la principal función pública que cumplen en su comportamiento medialógico estas estéticas de la imaginería, cuando al horizontalizar la estructura del signo se diluye la fructífera polisemia de la imagen.

La versatilidad de la imagen virtual, resultado de una tecnología que nos permite una percepción del espacio sin leyes físicas, hace posible la manipulación de la imagen en sus más innovadores movimientos psicológicos y oníricos. El supuesto de toda estética es expresar la vocación de transformación de una sociedad por medio del arte, pero la estética del discurso postmoderno lo que hace es expresarse por medio de una racionalización técnica del arte y sus disvalores; la imagen responde a una reproducción del arte en la que éste no ha dejado de ser objeto y mercancía. Lo que demuestra que en ningún momento las relaciones entre imagen y estética de una sociedad dejan de estar en correspondencia con las formas y tecnologías productivas de la misma. El arte no puede entenderse como una extensión, sino como un complemento de la realidad, que la traduce y la recrea. En este sentido es autonomía y libertad, lo que quiere decir que no debe quedar circunscrito a la formación social que lo origina.

La postmodernidad es una formación cultural que ha venido produciendo una idolatría de las imágenes audio-visuales principalmente, y de cierta estética que en general favorece las prácticas de mediaciones subliminales de dispersión y yuxtaposición de códigos de significación irreductibles entre sí, pero que perceptivamente pueden alcanzar una organización del sentido valida ideológicamente, pero que prescinden de las condiciones primarias de la satisfacción y el placer.

Esta contradicción casi insuperable dialécticamente en las sociedades neoliberales actuales, entre tener y no tener sensibilidad, gusto, sublimación por las máximas de lo bello y placentero, sitúan nuestras ideas en un contexto en el que la imagen y la estética y sus estructuras comunicativas, están al servicio del simulacro y las realidades ficcionales. Ahora se trata de hacer uso de las imágenes para lograr códigos de aceptación-satisfacción reprimida, de valores estéticos reproductores de una espacialidad dominada por la mercancía y el fetiche.

Hoy día, mucho más que antes y gracia a la tecnología, vivimos en un mundo de imágenes virtuales y estéticas de la fragmentación y lo efímero. Este es uno de los escenarios en los que la razón postmoderna despliega su presencia.

Con la tecnología cibernetica el capitalismo globalizador ha creado el frankenstein de la postmodernidad, a su «imagen y semejanza», con esa otra gestualidad y articulación del discurso que se acerca al ser por la apariencia de la realidad, renunciando al encuentro hermenéutico con ella. Por medio de la técnica la sociedad capitalista ha logrado reproducir una imagen y una estética del mundo que ha fracturado nuestra memoria, provocando una amnesia en la que la dispersión del olvido nos presenta la subcultura del video como la «tierra prometida» de la imagen. No sólo hay simulacros, sino también fingimiento en el discurso postmoderno, imitación y repetición, decadencia y angustia, son los síntomas telemáticos de una sociedad que se avecina con la doble intención de negar la autenticidad a través de la superficialidad narcisista del deseo reprimido. La razón postmoderna no sólo es escéptica y nihilista, sino que su discurso es el discurso de una razón inerte, insustancialista y desconstructiva. Esto que en un primer momento pudiera parecer una salida triunfal de la modernidad, ha centrado a la racionalidad en un proceso de mimésis que ha distorsionado por completo la imagen natural de nuestras estéticas mundanas.

Nuestra «imagen del mundo» es la de un mundo televisado, siempre escrutado por la cámara clandestina que construye una colectividad virtual más adicta a la sociedad del consumo, que a la realización subjetiva que permita la normalidad de una vida cotidiana, sin la saturación de esas imágenes «light» de sensaciones eróticas que pregongan que la vida es el disfrute del instante, sin futuro ni utopía. Estamos siendo esclavizados por la imagen de un mundo virtual frágil e intrascendente, que suple nuestras necesidades y nos produce esa felicidad huérfana de alegría a la que nos

tiene acostumbrado las prótesis orgánico-electrónicas con las que la psique de las masas acepta lo falso como verdadero.

Las nuevas mitologías de la postmodernidad están representadas en imágenes-símbolos virtuales, legitimadas por el aparato de reproducción tecnológico del simulacro audiovisual, y el mercado de una audiencia consumista capaz de asumir cualquier riesgo para formar parte del proceso mass-mediático con el que pretenden identificarse para justificar su existencia.

En la imagen virtual la realidad ha sido apresada por el sincretismo y las mutaciones que sufren los objetos en su ocultamiento, olvidos y mentiras, transmutando el origen de los objetos por otros, destruyendo irreparablemente los principios ontológicos de las identidades. En la estética se propone una satisfacción lineal y paranoica de la imagen inducida por las redes electrónicas que han convertido en verdadera la globalización de la esfera invisible de una realidad siempre presentada como escatológica y que obra sobre el espacio arquitectónico de la comunicación pública y política. Las estéticas postmodernas confunden la vida cotidiana con la exterioridad de sensaciones hipe-reales completamente disociadas de la veracidad de los hechos humanos.

Esta invisibilidad de lo real, por medio de la realidad virtual elude el compromiso del individuo con su praxis social cognoscitiva, y lo traslada a la atopia mental y geográfica del universo simbólico. Un estar sin estar siendo, sin haceidad, alienación, comunicación dialógica. La razón cibernetica viene en un proceso acelerado de degradación de la imagen y la voz humana. Con el «fin de las ideologías» desaparece del discurso antrópico la idea de un lugar universal a partir del cual discernir lo que es la verdad para todos. Es el tiempo de la fragmentación del todo en lugares particulares que segmentan la cultura en repertorios múltiples, dando lugar al hombre sin cualidades: atomización de los sujetos de la experiencia y desagregación de sus prácticas ancestrales. Lo que queda reducido -devaluado- en la imagen del mundo postmoderno, como dice E. Levinas, es el otro que no es sólo un «otro yo», sino un «otro que yo» y cuya irreductible otredad me constituye, cuando se enfrenta conmigo cara a cara, en sujeto moral, pues ella funda sin más nuestra libertad al darnos la oportunidad de responder si o no a su interperlación.

La imagen de una historia sin sujeto es la «imagen» del «mundo de la imagen» insustantivada, que globaliza las relaciones humanas sin la condición materializadora de esas relaciones, a través de la astralidad del

ciberespacio en el que el otro no alcanza su posible constitución como prójimo; es decir, estamos frente a una imagen deshumanizada del hombre sin individualidad concreta; frente a una *socied@d digit@l* en la que los seres humanos están cada vez más cerca de ser regulados por mecanismos de racionalidad instrumental que funcionan autónomamente y han perdido de vista cualquier fin personalizado.

Nos encontramos frente a una nueva hegemonía del poder de la imagen, que ha tomado par asalto la pragmática comunicativa de la palabra. Esa suplencia de la palabra por la imagen es consecuencia del giro lingüístico y estético del signo que en estos tiempos de globalización, ha extraviado su referencialidad narrativa en el espacio-movimiento con el que la imagen inscribe la realidad virtual. La postmodernidad es la era de la cibernetica y la imagen virtual continúa representando los intereses globalizadores del capitalismo neoliberal.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. *Teoría estética*. Madrid: Taurus, 1980.
- BAUDRILLARD, J. *Crítica de la economía política del signo*. México: Siglo Veinteuno, 1974.
- BENJAMIN, W. *La obra de arte en la era de la reproducción técnica*. Monte Avila, 1978.
- CAPRILES, E. *Estética primordial y arte visionario. Un enfoque cílico-evolutivo comparado*. Venezuela: Universidad de Los Andes, GIEAA/CDCHT, 2000.
- CROBIN, Henri. *La imaginación creadora*. Barcelona: Destino, 1992.
- DERRIDA, J. *La vérité en peinture*. Paris: Flammarion, 1978.
- _____. *Psiché. Inventions de l'autre*. Paris: Galilée, 1987.
- DOMENÈCH, T. *De la ética a la política. De la razón erótica a la razón inerte*. Barcelona: Crítica, 1989.
- GADAMER, H-G. *Estética y Hermenéutica*. Madrid: Tecnos, 1996.
- _____. *Mito y razón*. Barcelona: Paidós, 1997.
- _____. *Arte y verdad de la palabra*. Barcelona: Paidós, 1997.
- GÓMEZ-MARTÍNEZ, José Luis. *Más allá de la postmodernidad. El discurso antrópico y su praxis en la cultura iberoamericana*. Madrid: Mileto, 1999.

- HEIDEGGER, M. *De camino al habla*. Barcelona: Serbal, 1990.
- _____. *Arte, el espacio y otros ensayos*. In: DUQUE, F. (ed). Barcelona: Serbal, 1993.
- JAMESON, F. *The Geopolitical Aesthetic*. London-Bloomington: Indiana University Press, 1992.
- LYOTARD, J-F. *Moralités postmodernes*. Paris: Galilée, 1993.
- MÁRQUEZ-FERNÁNDEZ, A. *Publicidad y subjetividad del espacio estético*. (LUZ, mimeo, 2000).
- ORTIS-OSÉS, A. *La nueva filosofía hermenéutica*. Barcelona, 1986.
- _____. *Hermenéutica simbólica del sentido*. Revista *Anthropos*, n. 153, 1994.
- _____. *Metafísica del sentido*. Bilbao: Univ. Deusto, 1989.
- _____. *La razón afectiva*. Salamanca: San Esteban, 2000.
- RICOEUR, P. *La metáfora viva*. Madrid, 1985.
- TOURAINÉ, A. La crítica de la modernidad. *Temas de Hoy*, Madrid, 1993.

Endereço para correspondência:
Apartado Postal 10.559
Maracaibo, Zulia – Venezuela