

COMUNICACIÓ

Albert Llorca i Arimany (SCF): *Diversitat o deformació en el concepte de bellesa en l'era postmoderna?*
(Un esbós reflexiu hermenèutic sobre les voreres antropològiques de la nostra època)

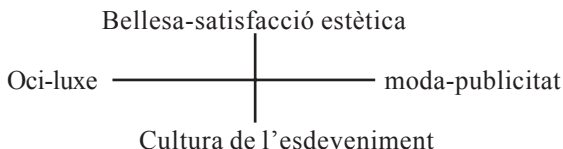
Objectiu i marc de la comunicació

En dos breus fragments del seu dietari de presó, *Cartes a Olga*, deia Vaclav Havel: «La tragèdia de l'home modern no radica en el fet que desconeix com més va més el sentit de la seva vida; sinó en el fet que això li preocupa cada vegada menys [...]. Totes les meves obres de teatre són variacions sobre això, sobre la desintegració de la unitat de l'home, de la seva comprensió de si mateix i de la pèrdua de tot el que confereix a l'existència humana un ordre, una continuïtat i un perfil únics ».

Amb aquestes dues frases ens encaminem cap a l'objectiu de la comunicació: encetar una reflexió hermenèutico-antropològica al voltant de la funció que per hipòtesi li assignem a la noció de «bellesa», d'il·lustre llinatge clàssic, mitjançant dos eixos antropològics protagonistes de la modernitat més recent, a saber, l'eix horitzontal perfilat entre les dualitats *ociluxe i moda-publicitat*; i l'eix vertical, compostat per la polaritat *bellesa / cultura de l'esdeveniment*. És de notar que em centraré en alguns elements condicionants dels conceptes de l'art i de la bellesa, i com hi actuen en el món d'avui.

En el marc d'aquest objectiu, posaré de relleu dues claus orientadores: la primera és una succinta valoració sobre l'èxit i fracàs del model estètic kantianà entès com a sentiment satisfactori universal «desinteressat». I, per tant, humanitzador. La segona, es preguntarà si avui disposem de bases antropològico-estètiques sòlides.

I. Una breu ullada socio-antropològica dirigida al món actual:



Per accedir a aquesta cruïlla, citaré dues aportacions de la sociologia de l'art del món recent: Gilles Lipovetsky i Zigmunt Bauman. Gilles Lipovetsky ofereix una anàlisi dels dos pols horitzontals del nostre quadre sobre la bellesa actual: la dualitat oci-luxe, enfront de la dualitat moda-publicitat. Situats en el context de la societat postmoderna descrita pel mateix autor i en el marc de l'egoisme triomfant del consumisme massificat en la nova cultura efímera, i del pes de l'hedonisme promocionat per la moda en termes esteticistes –el gust per l'agradabilitat i l'autocomplaença, no sempre sinònims del gust estètic¹–, la resultant que caracteritza la nostra època és un procés de psicologització narcissista que s'endinsa en tots els àmbits de l'existència humana. Un món on el luxe és vestit pel foment de l'individualisme, l'emotivitat i la massificació democratitzadora. D'altra banda, la noció de bellesa s'investeix d'intensitat emocional, a partir de la satisfacció sensual del cos –aparença bella i jove, estilització– i del benestar psíquic –relaxació, sentir-se bé amb si mateix– com a conseqüència de sentir-se complagut amb el que és apreciat com a bell i costós i gaudir d'una «experiència inèdita»².

Tot plegat, hom diria que es produeix una conjuminació de l'estètica del luxe amb la *bellesa com a vivència i consum* dins d'un procés divulgador de valors estètics –com ara el refinament,

1. Ressona aquí el toc mercantilista en l'art que ja Jean Duvignaud denunciava en els anys setanta: J. DUVIGNAUD, *Sociologia del arte*, Barcelona: Ed. 62, 1969, p. 29.

2. G. LIPOVETSKY, *El lujo eterno*, Barcelona: Anagrama, 2004, p. 54-55 i p. 68.

els punts d'atracció dels productes de luxe–, constituint tota una síntesi de la promoció, disseny i gaudiment de formes innovadores, propis d'una marca de luxe. Novetat i sacralització de les satisfaccions del present fan que els productes de luxe es posin de moda³, la qual cosa ha marcat, des del Renaixement, l'agenda d'Occident en el desig de diner, en la política, en la ciència i ... en l'art. En aquest últim cas, els elements del vincle moda-art en el món contemporani es localitzen en el desig d'originalitat, en l'avanguardisme –happening, pop art, body-art, land-art...–, i en l'accent de l'efímer a través de l'impacte de l'esdeveniment –com ja deia Jean Duvignaud– ... i la pressió dels marxants. L'art postmodern, segons Lipovetsky, pateix manca de criteris clars; i per això resta en mans de la moda i de la publicitat⁴.

Per acabar, quina és la relació entre la moda, la bellesa i la publicitat? Hi ha aquí un mot clau: seducció. La bellesa fa en la publicitat el paper d'instrument dels instruments: la seducció del potencial consumidor que la publicitat persegueix requereix elements d'originalitat, fantasia i impacte. I l'artifici del refinament de la bellesa la fa cosmètica i atractiva; és a dir, comunicadora⁵. En aquests trets hi ha una semblança amb la moda: ambdues, publicitat i moda, són *promeses de bellesa*, seducció aparent i ambient i hedonista. Però precisament per la seva capacitat seductora, la publicitat és epidèmica i feta, com la moda, per no durar; formant part d'una cultura –la postmoderna– autodegradable⁶ i de masses, que aparenta transgressió i revolució artística en la seva popularització com a «indústria»; però que és «l'emoció del canvi dins la continuïtat»⁷.

En aquesta cultura postmoderna l'art que li correspon canvia la melodia i el relat pel diluvi d'imatges i d'emocions impactants...

3. LIPOVETSKY, G. *El imperio de lo efímero*, Barcelona: Anagrama, 1990, p. 300-305.

4. *Ibid.* p. 310.

5. *Ibid.* p. 213.

6. *Ibid.* p. 215.

7. *Ibid.* p.233.

Sembla que estem davant d'una desactivació del sentit de la narrativitat en l'obra d'art, ja sigui literària, musical, cinematogràfica, teatral... En efecte, contar històries ja «no està de moda».

La segona aportació que incorporem ens la serveix Zigmunt Bauman. El punt de partença de la seva reflexió sobre l'art és que ha estat, tradicionalment, fins a primers del segle xx, consciència d'immortalitat⁸, i per això, seguint Hannah Arendt, l'obra d'art és aparença que respira eternitat, lluny dels esdeveniments «útils» a l'home.

En canvi, en aquest plantejament «líquid» de l'època postmoderna, l'obra d'art es desenvolupa en mer impacte, «encolats» juxtaposats⁹, despreocupada per la noblesa dels materials i la seva durada ..., sotmesa a un temps sense direcció i ocupada en evitar l'avorriment, a fi d'excitar i fins i tot divertir...¹⁰. En l'art líquid, el contingut per trametre no importa: l'obra d'art deixa pas a l'estètica, que se celebra a si mateixa. No hi ha objectius clars: la cultura de masses reflecteix prou bé, per Bauman, aquesta estètica del *happening*, de les obres fràgils... L'obra d'art queda sotmesa a la prescindibilitat, tal com succeeix amb el consum dels altres objectes. Un programa de televisió, un *best-seller*, adquireixen èxit alhora que ja tenen implícita la data de caducitat, com les altres coses, com les persones. L'espectre del superflu flueix per tot arreu: també en l'art.

I què li succeeix a la bellesa? Si en l'art de l'antiga tradició occidental es busca la bellesa intemporal i universal sota l'objectiu de la perfecció, per a l'art postmodern aquestes no són una meta, sinó un mal son¹¹. Res no està acabat i en un

8. Z. BAUMAN, *Arte, muerte y postmodernidad (Arte líquido)*, Madrid: Seguitur, 2007, p.15.

9. L'encolat ens parla de la juxtaposició dels elements imaginaris i autèntics units desordenadament en un encontre entre percepció i realitat. Exemples d'encolat foren el cubisme, el surrealisme, el dadaiisme...

10. Z. BAUMAN, *ob. cit.*, p. 20.

11. *Ibid.*, p. 44.

món així, on no hi ha res «ben» acabat, el que hi resta del passat és mort, al cementiri, als museus¹².

Les obres de l'art líquid no gaudeixen de qualitats permanents. Bauman posa exemples d'artistes com Gustav Metzger, Jacques Velleglé, Manolo Valdés... En tots ells, es posa de relleu que en l'era «líquida», l'art no té cap missió per complir¹³ ni, per tant, direcció de sentit, i queda sotmès a un canvi en la fletxa del temps; però la fletxa no té punta¹⁴. Aquest canvi en els «temps líquids» és la cara dinàmica del consum, fenomen sociocultural quasi biològic. Hannah Arendt usarà la categoria de la «labor»¹⁵—que subsumeix la qüestió de la bellesa al domini de la moda; de manera que la bellesa queda així reduïda al nombre de productes escollits en el mercat: el criteri del «nombre» és el que mana, perquè si hi ha tanta gent que consumeix les mateixes coses, no tots poden estar equivocats. La bellesa té ara diversos substituïts: nombre de vendes, discos d'or, quotes d'audiència... La coincidència de fons amb Duvignaud i Lipovetsky és notòria: la bellesa ja no rau en la qualitat objectiva o compartida de «l'obra en si»; sinó en la magnitud de l'esdeveniment que aplega la promoció publicitària. Pretendre mesurar la bellesa de l'obra amb altres criteris menys tangibles resulta sospitosos d'estranyes valors poc evidents de l'experiència estètica immediata¹⁶.

12. *Ibid.*.

13. *Tiempos líquidos, arte líquido (Arte líquido)*. o.c. p. 88.

14. Afirma BAUMAN rotundament que «la sociedad actual de la cultura y del arte es como una secuencia aleatoria, fortuita de episodios que se suceden sin un orden inteligible...éste es el mundo que los artistas deben lograr entender, representar y, de ser posible, transformar» (*Ob. Cit.*, p. 85).

15. H. ARENDT, *Labor, trabajo y acción. (De la historia a la acción)*, Barcelona: Paidós. 1995, p. 93-95.

16. Z. BAUMAN, *Tiempos líquidos, arte líquido. (Arte líquido)*. o.c. p. 91 i 93.

II. L'experiència estètica del que és bell: ¿hermenèutica de l'èxit o del fracàs en el món actual?

Com ja és sabut, des del rigor de la subjectivitat transcendental en el coneixement i des de la categorització moral imperativa, Kant contempla un espai que ell qualifica de reflexiu però no determinant¹⁷ i que ell configura en termes de racionalitat teleològica, i a més reflecteix la creativitat de la raó en recollir la tercera pregunta kantiana sobre l'home (Què puc esperar?) i que es concreta en l'àmbit estètic, socio-històric i metafísico-religiós. Aquest complex espai de la raó reclama l'obertura de l'home, subjecte finit, a un ordre infinit en aquests àmbits, obrint el camí a una hipotètica «hermenèutica» que inauguraria el judici teleològic kantià, en concretar la seva esperança en construir un món millor, prenent l'home com a «fi final» respecte del qual adquireix sentit la sensibilitat estètica –el bell–, la moralitat compartida i el mereixement de la felicitat com a plenitud de la vida humana.

En el discurs kantià el sentit del «bell» és presentat com un «pont», resultat de l'experiència estètica, pel qual sentim la concordança entre l'enteniment i la imaginació a mena d'estat unitari suprasensible. Així, en tal perspectiva, l'activitat estètica injecta llibertat a la sensibilitat, reconciliant-les, i propicia la moralitat de l'home¹⁸.

Sense el sentit de la bellesa –ai, que distants estem de les anàlisis postmodernes!– que gosaríem explicar com un sentiment profund de «cura de si» o «cura de l'ànima», es perd la «humanitat» de l'home, en perdre's, diu Raül Gabàs, tot nivell d'empatia¹⁹.

Què és, aleshores, el «bell» i com esdevé sota l'esperit kantià? Resumim-ho així: el bell és, ahora, meu i de tots els altres: avança des de la meva intimitat espontània i invita a la

17. KANT, KU [*Crítica del judici*, Madrid: Austral, 1984. Paràgraf 9, p. 118].

18. KU [paràgraf 59. p. 263].

19. R. GABÀS, *L'estètica de Kant. (Al voltant de Kant)*, Barcelona: La Busca, 2006. p. 68.

universalitat, en ser un convit lliure fet als altres. En cercar el sentiment universal, la bellesa expressa un «ordre» aspirat per la raó o gust desinteressat —«gust» o complaença estètica— apreciat en l'obra. El gust que expressa la bellesa no és una satisfacció sensible: el «bell» produeix, segons Kant, una satisfacció que ell anomena «agradable» o satisfacció desinteressada i lliure, diferent d'allò que produeix delit o plaer sensible. I la complaença estètica agrada només amb la pretensió que els altres hi estiguin d'acord²⁰.

En síntesi, doncs, cal dir que la noció de «bellesa» kantiana mostra una paradoxa inevitable: expressa la proposta integradora de la complexitat humana vers una finalitat perfeccionadora i transcendent, i alhora mostra el seu punt dèbil en no poder garantir-ne l'orientació teleològica sota el pes d'un món aliè a l'ordre i «cura» de l'ànima. Crec que el món modern, i encara més el postmodern, reflecteix aquesta aporia.

Cal, doncs, un distanciament de Kant o seguir-ne els passos? Això ho veurem en l'experiència estètica com a hermenèutica²¹. El contrast entre l'experiència estètica kantiana sobre el bell dirigida al desenvolupament integral de l'home, i allò que ha succeït en la modernitat «sòlida» i en la modernitat «líquida» posteriors (en terminologia de Bauman), ens aconsella establir dos registres hermenèutics del «bell» en el món contemporani, a saber: (a) allò que anomenarem la *bellesa-convicció* o ètica de l'estètica, propera a la modernitat «sòlida» o preferència del discurs racional identitari de l'home davant del món. Aquest és el nivell de l'artifici de la bellesa com a llibertat-utòpica i transcendent, que s'acosta a l'enfocament integral kantianà i al que és fidel a la fenomenologia de base husserliana. (b) Allò que anomenarem la *bellesa-vivència* o estètica de l'ètica, pròpia del món postmodern o «modernitat líquida», o domini del que en diríem una «hermenèutica sense subjecte». Aquí apareix l'artifici de la bellesa en termes de llibertat-individual psico-

20. KANT, KU [paràgraf 59. p. 263].

21. Entendrem l'hermenèutica com l'esforç de comprensió del sentit-identitat que rau hipotèticament en l'ésser humà i que cal explicitar-lo a força d'interpretació

emocional, expressió propera al «*neigung*» kantiana, al desplegament del luxe i al desig d'èxit. És el lloc d'un art sense estil definit, d'encolat, ja esmentat més amunt.

III. Esbós d'una proposta agosarada: una hermenèutica de la recuperació de l'estètica kantiana a través del discurs de la «narrativitat del jo»

Crec que hi ha tres observacions deduïbles del panorama anterior, a saber: (a) que hi ha més coincidències –universalitat– en el judici estètic davant una obra sota el criteri de la *bellesa–convicció* que no pas sota el criteri de la *bellesa–vivència*. (b) que en l'art actual la «síntesi» kantiana raó-sensibilitat és molt minsa o inexistent. (c) Que hom troba una correlació entre ambdues observacions anteriors, per la qual cosa resulta plausible la conclusió que la «fragmentació» del jo en l'art actual no és sinó el reflex d'un afebliment del pensament i d'una deshumanització de l'acció.

Aquestes tres hipòtesis ens impulsen cap a un retrobament de la proposta kantiana, per a la qual cosa l'enfocament fenomenològic-hermenèutic posthusserlià crec que ofereix eines aproximatives. En aquest propòsit dono dues brevíssimes referències de les propostes de Maurice Nédoncelle i Paul Ricoeur.

L'aportació de Maurice Nédoncelle²² parteix del supòsit que estètica i art o bon gust són diferents; i també ho són, llavors, estètica i bellesa, semblantment a la perspectiva que havia encetat Michel Dufrenne²³. L'estètica és reflexió que pretén esbrinar, a través del que considerem «bell», l'última paraula sobre l'ésser en si, en termes de procés de descobriment d'una totalitat de sentit en l'obra d'art apreciada o «pressentida». Per tant, l'obra d'art cal comprendre-la com una promesa o anticipació de sentit total. Nédoncelle anomena aquest

22. En el seu llibre *Introducción a la estética*, Buenos Aires: Troquel, 1966. p. 35.

23. En el seu llibre *Phénoménologie de l'expérience esthétique*, Paris: PUF, 1964.

plantejament que descriu un procés asimptòtic entre tasca artística de l'home –introduint sentit i llum en la consciència creadora– i la seva inclinació cap a la direcció del «bell» anticipat, una *proposta personalista*, sobre la base de dues característiques essencials que l'art té per ell, a saber: el caràcter demiúrgic i el caràcter teleològic i, en aquesta mesura, escatològic. El tarannà demiúrgic de l'art fa que no pugui allunyar-se del món natural i humà²⁴, com no ho pot fer la persona humana²⁵. Lluny del simbolisme radical, l'art és per a ell l'expressió formal i sensible, «epidèrmica», d'un sentiment; no l'expressió d'una «consciència orgànica» en formes simbòliques sense analogia amb el món de l'home. Per tant, el «si» de l'obra d'art és la configuració d'una nova realitat encarnada, i alhora per damunt de la natura²⁶. Aquesta qualitat «quasi personal» de l'art, segons Nédoncelle, fa que l'obra aparegui com a «llenguatge» que universalitza i expressa un món de valors superiors, com fa la persona humana; i això també hi és, afegeix ell, a Kant.

Pel que fa al caràcter teleològic, l'art anticipa un univers definitiu al qual ens transporta... obrint-nos així a l'esperança. I el filòsof, si és creient, no té dificultats en afirmar que les obres d'art aspiren a un ordre transcendent en esbrinar un sentit total de la vida: a la fi, conclou que les obres d'art estan banyades en una atmosfera divina²⁷.

Hi ha dos trets interessants que brollen d'aquest finalisme transcendent, a saber: (a) que l'art és un camí de perfeccionament o «*télos*» de la «bellesa». La bellesa, el que és «bell», no és cap objecte verificable, com Kant ja havia advertit²⁸. (b) Que l'art és una activitat inevitable de l'home, i

24. *Ibid.* p. 23.

25. L'artista, essent persona, no pot fugir del món, «pero sí debe rivalizar con el mundo y en cierta manera sobrepasarlo, puesto que le agrega individuos nuevos y les infunde valores universales» (*Ibid.* p. 47).

26. o.c. p. 29, 30 i 42.

27. *Ibidem.*

28. *Ibidem.*

posa de relleu, en conseqüència, l'esforç humà per suplir l'absolut al qual aspira per completar-se; de manera que l'artista és «un perseguidor d'essències ideals» que, observant qualitat sensibles, es dirigeix a endevinar la perfecció que completa la naturalesa²⁹.

Pel que fa a l'aportació de Paul Ricoeur, cal dir primerament que recull la idea de Nédoncelle segons la qual la bellesa té una base a la realitat; que implica mobilitzar un ordre de valors universals i humans en la «narrativitat metafòrica» de la seva *Poètica*.

En diferents moments³⁰, Ricoeur alimenta la càrrega creativa i alliberadora que ell veu en la noció de «poètica», des de la descripció fenomenològico-pràctica, fins a la narrativitat de l'obra literària, passant per l'hermenèutica de l'existència humana³¹.

Tenint present que la «poètica» ricoeuriana vol resoldre la paradoxa entre la voluntat humana i lliure, i la transcendència, a mode d'experiència «recreadora» conduïda des dels símbols fins a les trames metafòrico-narratives, li pertoca a l'hermenèutica posar de relleu les operacions entre la prefiguració del camp pràctic i la seva refiguració³².

L'estètica de la construcció de la trama d'una obra parla precisament de la comunicació a través del sentit de l'obra entre l'autor i el receptor, d'un món per ser compartit com a referent. Així, l'esdeveniment de l'obra d'art, és una experiència

29. *Ibid.* p. 42 i 51.

30. Des de la seva primera obra *Philosophie de la Volonté Vol I. Le Volontaire et l'Involontaire*, fins a *La critique et la conviction*, passant per *La métaphore vive* i *Temps et récit I i II* (1950 a 1984).

31. En un sentit inicial, l'hermenèutica es presenta per a Ricoeur com pensament a partir del símbol: saber de la condició ambigua i fosca de l'home, però amb voluntat de totalitat. (A. LLORCA, «Introducció» a *De l'Eidètica pràctica a l'hermenèutica en el pensament de Paul Ricoeur*. Tesi doctoral, Universitat de Barcelona, 1996, p. 26.

32. Ricoeur s'acull a la *Poètica* d'Aristòtil, fent seva l'afirmació que la poètica –*poiesi* o art productiu– és l'art de «compondre les trames» (*Tiempo y narración I*, Madrid: Cristiandad, 1987, p. 82-83).

significativa (la referència o sentit) que necessita el món com a horitzó o teló de fons³³.

En tot aquest plantejament hermenèutic-literari, la reflexió sobre el paper del llenguatge és cabdal: en efecte, el llenguatge, que constitueix un món en si mateix, treu el sentit del seu discurs en el seu «dir» d'un món fora de si mateix. Aquest «testimoni» ontològic del qual s'investeix el llenguatge té com a base l'experiència «d'ésser en el món», en el temps; per la qual cosa la referència o sentit que configura és dialògal o comunicada, de manera que l'estètica de la recepció de l'obra d'art en general en pressuposa el sentit «del» i «en» el món temporal³⁴. És així que l'home va teixint la seva identitat a través de la diversitat de situacions en el temps... i la poètica o producció estètic-literària «narrativa» n'és un reflex³⁵. I és això, que ell manté des de *La métaphore vive*, el que precisament no domina en la poètica del món actual, massa dominada per l'estricta immanència del llenguatge literari, despreocupat per la relació de l'obra amb el vertader o fals, amb la dialèctica del ser i del semblar; cosa que en desactiva tota intenció ètica i social que Ricoeur pensa que hauria de tenir l'obra d'art³⁶ i que creiem que compartiria Kant.

En conclusió, hom diria que l'hermenèutica narrativa ricoeuriana promou en el text literari creatiu l'explicitació d'un món «resignificat» en la seva dimensió temporal, en la mesura que, com ell diu, narrar o relatar no és altra cosa que refer l'acció,

33. Quelcom proper, diu Ricour, a la noció de «fusió d'horitzons» de què parla Gadamer, o intersecció entre el món del text i el món del lector (vegeu *Tiempo y narración I*, p. 153).

34. P. RICOEUR, *La critique et la conviction*. Paris: Calmann-Levy, 1995, p. 260. Ricoeur afirma que la creativitat de l'obra d'art no només reproduïx el que és real; sinó que té capacitat de reestructurar el món del lector confrontant-lo amb el món de l'obra.

35. P. RICOEUR, *Tiempo y narración*, vol I, o.c., p. 154.

36. *Ibid.* p. 155

segons convida tota poètica³⁷. Pensa l'autor que si es redueix la capacitat de l'obra d'art a incidir sobre el real, la seva potència minva³⁸. La seva distància amb els aires postmoderns abans referits és, certament, notòria.

37. *Ibid.*, p. 158.

38. P. RICOEUR, *La critique et la conviction*. o.c. p. 263.



Dr. Nemrod Carrasco



Dr. Diego Malquori