

La belleza efímera del siglo XXI

Autoría: Pedro Fuentes Pozo

Afiliación: Humanista por la Universidad Internacional de La Rioja; Bachelor of Science and Economics; MBA por P.W. University de Los Ángeles; artista multidisciplinar y ensayista

SECCIÓN	PÁGINAS	IDENTIFICADOR
Divulgación y revisión	103-111	TDL-80-2023-103-111

TIPO DOCUMENTAL

Ensayo de estética

RESUMEN DOCUMENTAL

Ensayo sobre la transformación del concepto de belleza en la sociedad del siglo XXI. El autor recorre referentes filosóficos y artísticos para contrastar cánones clásicos, experiencia estética, subjetividad, mercado, tecnología y consumo. En el marco de una sociedad posmoderna y transhumanista, plantea que la belleza se ha vuelto más efímera, mercantilizada y dependiente de la percepción, aunque mantiene una dimensión trascendente ligada a la imaginación, la naturaleza, la creación artística y la búsqueda de sentido.

PALABRAS CLAVE

belleza · estética · siglo XXI · posmodernidad · arte · Byung-Chul Han · transhumanismo

CITA BIBLIOGRÁFICA

Pedro Fuentes Pozo. «La belleza efímera del siglo XXI». Torre de los Lujanes, n.º 80, 2023, pp. 103-111. ISSN 1136-4343.

La belleza efímera del siglo XXI

Por
Pedro Fuentes Pozo

Humanista por
la Universidad
Internacional de La
Rioja (UNIR) y
Bachelor of Science
and Economics,
MBA por la P.W.
University de Los
Ángeles. Artista
Multidisciplinar
y Ensayista

A partir de la descripción de la belleza se suele desear establecer un dogma que nos alivie la pérdida de cánones y valores estéticos e incluso, éticos. Como en ocasiones anteriores, vuelvo a afirmar que vivimos en una sociedad posmoderna transhumanista. Esta transformación humana derivada del desarrollo de la tecnología se convierte en una razón, más que suficiente, para no dogmatizar. De alguna manera ya no existe el concepto de “lo bello”, en su sentido clásico, dentro del mundo del pensamiento. La nueva armadura antropológica del hombre construye un carácter efímero de la belleza.

La primera cuestión consiste en despejar una duda: ¿existe la belleza? El ser humano se sigue refiriendo al sentido de “lo bello”. Es más, lo tiende a idealizar en pautas de conducta y condicionamientos sociales a través

del ámbito de la comunicación. Definir la nueva dimensión del concepto resulta complicado porque existen muchos interrogantes: qué es, adónde vamos y para qué sirve la belleza. También ha cambiado el parámetro de la percepción de la belleza.

Baudelaire se anticipó a ciertas reflexiones que forman parte del ámbito de la posmodernidad, cuando dijo que “la sorpresa es elemento esencial de la belleza”. Bien sabido es que vivimos en un universo social sorpresivo, de enorme rapidez y exceso de información. En ese factor nos alojamos sin caer en la cuenta de que la sorpresa está basada en la velocidad del intercambio de información y no en el cambio de la profundidad de esa misma información. Quizás el “fenómeno viral” tenga mucho que ver con este suceso. Ahora todo es sorpresivo y ya nada sorprende.

La representación actual del ámbito estético se caracteriza por esa emoción de cambio, rapidez y sorpresa. La belleza posmoderna tiene que responder a estas mismas cualidades para ser así una belleza de nuestro tiempo. La pregunta es si a este nuevo parámetro estético lo podemos definir como “lo bello”. Quizás necesitemos para ello a Descartes y así seamos capaces de “separar el espíritu de los sentidos”. Otra cuestión sería si nos alejamos, o acercamos, al espíritu humano. En la actualidad tendemos a desvirtuar los conceptos y reconvertirlos en función del sentido útil que tienen para elaborar la emoción, la sensación, el gusto y una pueril idea del sentido placentero de la vida. Por todo ello, muchos patrones de conductas sociales estéticas nos pueden parecer alejados de ese sentimiento histórico de calma, equilibrio, bondad, bien... En definitiva, de una representación mental del pasado denostada por el afán posmoderno. A medio plazo, quizás nos podríamos preguntar como tratará la inteligencia artificial la emoción de la belleza.

Podemos decir rotundamente que la belleza existe, aunque la representación de ideas nos haga pensar que se rompen las estructuras clásicas que definían los conceptos. Goya los rompió en 1824 cuando pintó su *Perro hundido en la Arena*. Recordemos que Confucio se expresaba con la rotundidad de una libertad estética cuando decía “cada cosa tiene su belleza, pero no todos pueden verla”. A mi modo de ver, en ciertas disciplinas pareciera que guardamos un recuerdo genético más amplio de ese sentido estético. La música se me insinúa como una disciplina menos contaminada de posmodernidad, de utilitarismo. Es fiel representante de su existencia estética y de un recuerdo más amplio del pasado estético que es demandado por el espectador. No creo que suceda lo mismo, sin embargo, con el arte actual de la pintura.

La belleza es un valor antropológico del ser humano, aunque no es fácil dilucidarlo. La belleza en el recuerdo del pasado se acercaba a esa idea de perfección, pero si la posmodernidad juega en campos estéticos de falsedad y engaño, entonces estamos definiendo una profunda imperfección que nada tiene que ver con la belleza. Esta es una primera conclusión: la belleza existe fuera de la falsedad y el engaño. Pero, ¿dónde está instalada la “belleza posmoderna”? Una pregunta difícil de responder.

A lo largo de la Historia se producen estadios donde los valores estéticos se alternan y, a veces, conviven con etapas marcadas por una profunda crisis de valores. En un periodo de veinte años se suceden muchos acontecimientos. En 1890 muere Van Gogh y en una década próxima acontece la Gran Guerra. Tenemos que entender que si los acontecimientos se suceden con celeridad en la posmodernidad, los conceptos se multiplican y varían con la misma velocidad. La belleza es un concepto más y su inmersión en la posmodernidad la dota de un carácter de alteración constante. ¿Tiene la belleza en

su esencia estética este valor de constante cambio? ¿Desvirtúa este valor la propia emoción de la belleza? No podemos extrañarnos de la propia alteración que define alguno de los valores de la posmodernidad: consumo y tecnología como “ser” y no como herramienta.

Permítanme una breve digresión.

Platón es el inicio para el análisis. El mundo de las ideas que se asocia al BIEN, el cual es la belleza, signo de equilibrio, armonía y trascendencia. La belleza trasciende al Absoluto en el mundo griego. Acercarse a esa idea es el momento estético por excelencia. En el medievo, la Escolástica nos dirime entre razón y emoción, Santo Tomas nos dice “entender para creer y creer para entender”. Pero cuando nos acercamos al siglo XIX, el Romanticismo nos dice que la sorpresa es la belleza. En 1917 Duchamp trastoca la estética del arte con los Ready Made. Han transcurrido cien años y aún nos seguimos preguntando qué es la belleza.

Cuando se desvanecieron las vanguardias, el Pop, el Minimal y el Performance, nos han dejado un escenario desolador. Es el naufragio de la representación mental del Naturalismo y el Realismo, de conceptos más entendibles, objetivos. Qué fácil es entender a Velázquez, al mismo Miguel Ángel, al mismo Guernica. ¿Cuál es el canon de belleza? ¿Cuál fue el canon de belleza?

Vivimos en un mundo sorpresivo donde el arte ya no es lo que pensamos del arte, es mercantilismo, producto, los cánones se han roto, mientras en la esencia platónica residía en el orden y la armonía.

El arte digital se anticipa a la sorpresa. De alguna manera nos está dirigiendo el gusto, como siempre sucedió. Pero al mismo tiempo esté creando un patrón de disolución de los arquetipos establecidos durante más de dos mil años de producción artística. Recordemos que la estética es el estudio de la belleza, el arte y el gusto.

¿Cuál es el gusto en esta sociedad del siglo XXI?

Se produce una mimesis sobre algunas obras clásicas que rompen el espíritu de la obra, se elimina el contexto crítico. El espectador se queda fuera de juego. ¿Se pregunta por el carácter objetivo y subjetivo de la belleza?

Ante una pieza de arte las reacciones son dispares. El sentido objetivo se refiere más al canon tradicional (recordemos el hombre de Vitruvio de Leonardo, proporción, equilibrio, número áureo... referente de la belleza). A partir del siglo XV, con la Revolución Científica, después la Ilustración y tardíamente el Romanticismo de carácter “sublime”, el hombre ha evolucionado a un proyecto existencial cuyo germen es el siglo XXI, y esto es una hipótesis.

En el 2023 somos dignos herederos del Romanticismo, vivimos en un mundo contradictorio donde necesitamos del valor objetivo de las cosas y del subjetivismo marcado por las tendencias, las modas, los gobiernos, el globalismo. Desde este parámetro podemos intentar comprender qué le sucede a esa idea de la belleza.

Vivimos inmersos en la anatomía de lo bello y lo desagradable, constantemente la sociedad nos enfrenta a ello. Los mensajes se suceden y hasta nos hacen pensar si en la fealdad existe belleza. Cuando Rembrandt pinta *El buey desollado*... ¿Dónde está la belleza de la pintura holandesa, en contraposición a una de sus tormentas plagadas de valores estéticos que anticipa el mundo atmosférico de Turner en el siglo XIX? ¿Dónde encontramos la belleza?

En su contexto crítico ya hay una diversificación del concepto de “lo bello” que evoluciona del ámbito objetivo al subjetivo. El hombre se mueve desde la emoción a la inteligencia y viceversa. En *El buey desollado* operamos argumentalmente desde la inteligencia, la cual, aminora el sentido de “emoción bella”. En la escultura *Laocoonte y sus hijos*, obra de principios de la era cristiana, la armonía de formas se contrapone al desequilibrio en el argumento, sin tener que adivi-

nar valores estéticos. Un efecto parecido nos sucede con la abstracción. Pero a pesar de todo, desde el subjetivo, podemos encontrar belleza e, incluso, desde el concepto de “lo feo”.

Nos decía Kant que “la razón trabaja al lado del utilitarismo y la imaginación nos acerca a la felicidad”. La inteligencia y la imaginación están unidas. Imaginen la contemplación del *Guernica* con la ausencia de alguna de estas dos propiedades. El concepto sublime se produce cuando existe una lucha interna entre la inteligencia y la imaginación, fenómeno que hace que el concepto de belleza trascienda hacia el campo más metafísico, donde el entendimiento se vuelve puramente creativo, místico, espiritual, se eleva y pertenece al plano trascendente, desapegándose de los valores objetivos. Beethoven se desnudaba y se sumergía en un lago de estrellas, con cuatro notas desarrollaba el campo de emoción trascendente, en cualquiera de las notas de sus sinfonías.

A mí modo de ver, no existen conceptos para definir “lo bello”. Funciona el gusto, existe una promesa de felicidad, romántica y posmoderna; se ha recuperado el hedonismo: todo aquello que no me produzca un placer, puedo llegar a pensar que no es bello.

Cuando Miguel Ángel construye sus obras de la Creación y El juicio final, ya se ha producido en el autor un cambio emocional provocado por el contexto crítico de su época, concretamente el Saqueo de Roma de Carlos V. En él se produce la desilusión del neoplatonismo para alcanzar la tragedia barroca.

Un Barroco que después necesita de un Neoclasicismo para poner los valores en orden y de un Romanticismo para volver a destruirlos. Una idea de velocidad en el proceso de cambio que posee aspectos parecidos al siglo XXI.

La sociedad renacentista piensa que ha cambiado el mundo, al igual que la destrucción de las Torres Gemelas lo cambia en el siglo

XXI. Es importante ser conscientes de que se producen alteraciones, los paradigmas en evolución, tan de moda ahora.

Actualmente no existen corrientes culturales, ni arte, ni literatura, ni filosofía. La existencia de la tecnología y el consumo establecen una corriente de pensamiento. Ni siquiera los Mundos superiores de Steiner encuentran su lugar. No hay una corriente humanística.

Cuando queremos ver belleza visitamos un museo, como si hubiera sido enterrada en un sarcófago. Se ha perdido la trascendencia hacia el concepto del absoluto de belleza. Cuando perdemos de vista la trascendencia, que forma parte integral de la antropología del hombre, perdemos el lazo de conexión con la belleza. Se produce una banalización de la misma. Por ejemplo, La negación de la muerte de Damien Hirst en su tiburón disecado expresa la búsqueda de un camino para abordar un nuevo contexto crítico de la belleza. Responde a conceptos subjetivos, ligados a un concepto mercantilista y snob del arte. Ahora ya es una pieza clásica desde el sentido del presente histórico.

Quizás esta necesidad de encontrar nuevos parámetros de belleza tenga cierta relación con la filosofía de Byung-Chul Han y esa necesidad de consumo del hombre que lo convierte en un ser humano cansado. En la sociedad del cansancio, competitiva, el hombre se agota vitalmente, no entendemos ni el pasado ni el futuro inmediato. No tenemos tiempo para pensar si existe la belleza y, por agotamiento, el globalismo asume el control.

¿Cuál debe ser la belleza del hombre cansado? A través de las modas que imponen las redes sociales, el hombre pierde la capacidad de entendimiento ante lo sublime, ya que podemos encontrar cualquier emoción que desliguemos del pensamiento individual. La imaginación está en un proceso de muerte y por lo tanto, nos quedamos en conceptos estéticos sin llegar a trascender en un modelo

más existencial. La belleza... ¿Existe la poesía, para qué sirve, dónde se halla? Es un punto de catarsis. Entender que existe la belleza nos posibilita para avanzar hacia conceptos más sublimes y éstos, hacia la trascendencia.

Pensemos en un hombre utilitarista y en un hombre contemplativo. La contemplación es un estadio, no una herramienta, al igual que la tecnología no es un estadio, sino una herramienta para el hombre. El transhumanismo pretende hacer de ella un estadio del hombre. Recuerden aquella película de F. Lang del año 1927: *Metrópolis*. ¿No estaremos en una *Metrópolis* que olvida las pautas de percepción de la belleza?

Son muchas las preguntas a las que el hombre del siglo XXI se tiene que enfrentar. Solemos responder a las dudas que se construyen desde esta sociedad transhumanista pero no a aquéllas que se crean desde una sociedad humanista.

¿Cómo nos situamos ante la belleza? ¿Considero “lo sublime”? ¿Dónde aplicamos la imaginación y la inteligencia? ¿Es cómodo no llegar a discernir la verdad?

Atendemos a mucha información, aunque apenas se habla de lo sublime, de “lo bello” y eso descarta la posibilidad de hacernos planteamientos, debido a la enorme fatiga del hombre.

Goya mostró un cambio y su idea es de irrefutable belleza clásica, pero tiene un mensaje que nos indica el tedio, el cansancio y las emociones en las que quedamos enterrados por el contexto crítico.

Resulta difícil concluir pero, el concepto antropológico del hombre no ha cambiado, la angustia vital existirá siempre al igual que la belleza permanece.

El determinismo y relativismo en el arte, incorpora una nueva trinchera ante la belleza, ¿No será que el arte se ha reducido, en un proceso inverso, hacia unos pocos bendecidos por cierto entendi-

miento que sólo ellos conocen? ¿Dónde quedan aquellos tiempos, a mediados del XIX, dónde se produce un cierto populismo del arte?

Con la abstracción expresionista americana, el concepto de lo bello se traslada a lo interpretado, proceso subjetivo, donde el espectador se enfrenta a la sorpresa y el mercado lo retoma como valor de verdad dentro del mundo de la cultura.

La socialización del arte esta revertida a un proceso inverso en el siglo XXI. No es objeto de consumo, es objeto social, del gran coleccionista, los grandes museos y ferias del arte actual. Por lo tanto, el concepto de belleza participa del mismo proceso, no en su esencia, sino en la percepción del mismo; diríamos que la belleza sólo es percibida por unos pocos designados. Quizás el espectador que se aísla de estos procesos elaborados desde el marketing, encuentra la belleza en la propia naturaleza, o en un concierto clásico.

El hombre actual investiga y, en menor medida, intenta buscar la imaginación. Esta sociedad ha construido un falso Eros, porque entiende que Eros sigue siendo necesario, pero lo reconforma a su uso posmoderno. Es una evolución parecida al concepto prometeico a lo largo de la historia. Una belleza prometeica.

La sociedad del cansancio nos aturde para encontrar en nuestras nuevas percepciones, una belleza que existe, pero que quizás sólo unos pocos encuentran e interiorizan dentro de su proceso existencial. Incluso en momentos de destrucción como el actual, existe la posibilidad de crear belleza, al igual que autores como Picasso hicieron durante la Gran Guerra.

Debemos seguir buscando el camino hacia la percepción de la belleza. Más Eros y menos Tánatos.