



La estética filosófica de Byung-Chul Han y la salvación de lo bello

Jorge Luis Gardea Pichardo
jorge.gardea@cch.unam.mx

Hoy nos hallamos en una crisis de lo bello en la medida en que a este se lo satina, convirtiéndolo en objeto de agrado, en objeto del “me gusta”, en algo arbitrario y placentero. La salvación de lo bello es la salvación de lo vinculante.

Byung-Chul Han

Presentación

El primer interés que despierta el libro de *La salvación de lo bello* es su cercanía con objetos artísticos del mundo global en el que vivimos. Sus ejemplos son muy familiares. En el año 2019, el Museo Jumex de la Ciudad de México montó la exposición *Apariencia desnuda: El deseo y el objeto en la obra de Marcel Duchamp y Jeff Koons, aún*. El título de la exposición era una referencia directa a la obra de Octavio Paz: *Apariencia desnuda. La obra de Marcel Duchamp*. La página de internet del museo presentaba la exposición con el siguiente texto:

La exposición establece un paralelismo entre las obras de Marcel Duchamp y Jeff Koons—dos de los artistas más influyentes del siglo xx—para abordar conceptos clave sobre los objetos, las mercancías y la relación del artista con la sociedad¹.

Para muchos era inquietante el paralelismo entre Koons y Duchamp y, más aún, que el título de la exposición aludiera a un texto de Paz (2014) en el que claramente reconoce el *ready-made* de Duchamp como una crítica al arte de su tiempo:

Los *ready-mades* son objetos anónimos que el gesto gratuito del artista, por el hecho de escogerlos, convierte en obras de arte. Al mismo tiempo ese gesto disuelve la noción de objeto de arte [...] El *ready-made* no postula un valor nuevo: es un dardo contra lo que llamamos valioso. Es crítica activa: un puntapié contra la obra de arte sentada en un pedestal de adjetivos. La acción crítica se despliega en dos momentos. El primero es un orden higiénico, un aseo intelectual, el *ready-made* es una crítica del gusto; el segundo es un ataque a la noción de obra de arte. (pp. 155-156.)

Es bastante ilustrativo revisar la concepción sobre el 'gusto' que plantea Paz, regresaré a ella más adelante. Algunos filósofos coinciden con Paz en asumir que el *ready-made* no es una obra de arte *sin más*, sino una obra acerca del arte (Carroll, 2016). Una crítica del arte que en ese momento ya era visto como una mercancía, una insignia de prestigio social

Jorge Luis Gardea Pichardo

Es doctor en filosofía por parte de la Facultad de Filosofía y Letras (FFYL) y el Instituto de Investigaciones Filosóficas (IIFS) de la UNAM. Es profesor titular "C" de tiempo completo definitivo en el plantel Sur del Colegio de Ciencias y Humanidades. Es autor de *Ciudadanía: Una lectura filosófica* (2018, CCH/UNAM). Acreditó el XVII Diplomado de Relaciones de Género, impartido por el Centro de Investigaciones y Estudios de Género (CIEG) de la UNAM (2020). Su aportación más reciente es la reseña crítica: "Dos conceptos de masculinidad hegemónica", en *Murmulllos filosóficos*, Segunda Época, núm. 3, enero-junio, 2021.

¹ Fundación Jumex. Recuperado el 13 de abril de 2022: <https://www.fundacionjumex.org/es/exposiciones/181-apariencia-desnuda-el-deseo-y-el-objeto-en-la-obra-de-marcel-duchamp-y-jeff-koons-aun>

Una de las mayores dificultades para entender las aportaciones estéticas **y culturales del arte contemporáneo** radica en la diversidad de obras que comprenden este periodo.

y del 'buen gusto'. A decir de Paz, se trata de los tiempos en los que un artista podía convertirse en la 'obra' y ser objeto de culto. Tal vez por esas reminiscencias del pasado del *ready-made* y su vigencia, sea que el mismo Han se pregunte seriamente acerca de cuál es el 'gusto' estético de nuestro tiempo, o al menos, para ser más precisos, el gusto estético que pretende "legitimar" socialmente la obra de Koons. Esto implica, por supuesto, una mirada crítica del presente y tratar de descifrar aquellos elementos de la cultura que puedan explicar por qué Koons es uno de los artistas "más influyentes del siglo xx".

Una de las mayores dificultades para entender las aportaciones estéticas y culturales del arte contemporáneo radica en la diversidad de obras que comprenden este periodo. Esta diversidad no es asimilable de forma cuantitativa. El problema no es la cantidad de obras, sino que muchas de ellas divergen en puntos nodales sobre aquello que debe entenderse por 'arte'; sus propósitos, su valor cultural y estético, su mercantilización, o no; su importancia social y política, o no. El arte contemporáneo abandona los soportes y lenguajes del arte moderno:

El arte contemporáneo está repleto de obras híbridas que ya no se dejan explicar suficientemente a partir de la lógica evolutiva de un arte en particular. Tales obras se sitúan más bien entre las

artes y, con ello, se resisten de manera manifiesta a la clasificación teórico-genérica del arte en artes. (Rebentisch, 2021: 104).

La salvación de lo bello de Byung-Chul Han tiene el mérito de ahondar y problematizar en algunas de estas divergencias. No obstante, me parece que su propuesta invita a pensar en dos problemáticas que Han no resuelve, aun cuando aporte elementos para hacerlo.

En primer lugar, parecería que *todo* el arte contemporáneo está supeditado al mercado del arte y depende de ciertos gustos de la sociedad de consumo. Han considera que la obra de Jeff Koons es emblemática de la sociedad positiva; de lo pulido, lo terso y lo suave y se pregunta: "¿Por qué lo pulido nos resulta hoy hermoso?" (p. 11). La tesis más fuerte es que la belleza ha sido suplantada por objetos de consumo atractivos y meramente llamativos, sin complejidad, ni profundidad. Pero cualquier





lector puede preguntarse si esto realmente ocurre en toda la esfera del arte y la cultura. Como expondré más adelante, es cierto que Jeff Koons es una referencia global y su obra puede ser expuesta y vista en docenas de museos de arte contemporáneo alrededor del mundo. Pero tal vez sea muy apresurado concluir que en todas las regiones del mundo esa sea la *única* y la más importante referencia, y que para *todas* las sociedades y para *todas* las personas les resulte *hermoso* lo *pulido*. Por supuesto, el libro no se propone ahondar en el arte contemporáneo, sino en mostrar que la belleza ha decaído en la sociedad de consumo como algo pulido, terso y suave. Lo que me parece más significativo de esta obra es que su respuesta sobre cómo salvar lo bello puede ser una clara referencia a distintos ejemplos de arte contemporáneo que Han omite. El énfasis de salvar lo bello apoyándose en *El Banquete* de Platón garantiza la relación entre la belleza, la ética y la política, pero en parte limita la importancia del arte.

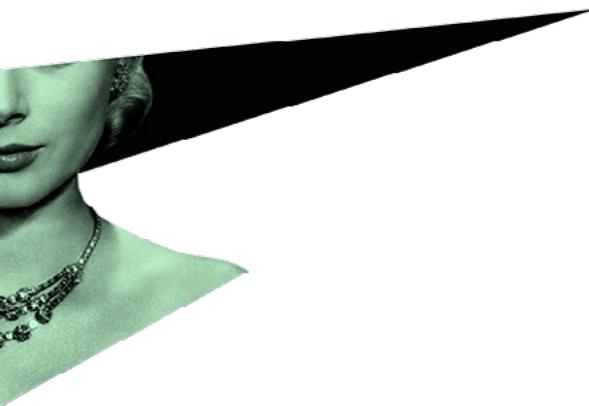
En diversas obras y contextos, el crítico de arte Arthur Danto intenta explicar por qué el *ready-made* se convirtió en objeto artístico; entre otras cosas, su argumento plantea que no

es una copia de la realidad, ni una imitación de lo real. El *ready-made* es una metáfora que encarna un significado, y, por eso, no es un objeto que alcance a ser explicado por la teoría platónica del arte. Esto es esclarecedor para esta reseña. Se puede estar de acuerdo, en general, con las ideas sobre la salvación de lo bello y la referencia a Platón, pero se puede estar en desacuerdo con Han en una selección *ad hoc* de obras de arte contemporáneo. En la parte final de esta reseña, propondré que mirar otras posibilidades de arte contemporáneo no niega el valor de la tesis de Platón en *El Banquete*, por el contrario, este arte invita a mirar el arte contemporáneo como otra forma de engendrar lo bello, por vías distintas de la filosofía.

De esto último, se sigue, en segundo lugar, que podemos considerar muchos trabajos, instalaciones y *performances* que no se ajustan a esas limitaciones y que podrían ser valorados desde las propias categorías que Han retoma de Platón; especialmente aquellas referidas a la relación entre la virtud como excelencia política y la posibilidad de engendrar belleza en el mundo. Sin duda, el libro es muy gratificante y contribuye notablemente a pensar en esas divergencias estéticas y culturales.

Vicisitudes de la estética y el arte contemporáneo

Existen, por lo menos, dos tendencias de teorías estéticas para pensar el arte. No necesariamente son incompatibles, pero ofrecen respuestas por caminos distintos. Una de ellas es la *estética filosófica* que no se limita a la ponderación de las características de la obra de





La belleza ha decaído en la sociedad de consumo como algo pulido, terso y suave.

arte en tanto que arte. Su apreciación puede incluir una problematización de las categorías estéticas, una búsqueda del sentido del arte y su influencia en la cultura. Sus recursos pueden ser estrictamente filosóficos para desentrañar aspectos estéticos que no necesariamente se centran en responder qué es el

arte en cuanto tal.

Una segunda tendencia intenta establecer otras condiciones para pensar el arte independientemente de intereses filosóficos específicos, como el asunto de la 'verdad'. Esta tendencia afirma la autonomía del arte respecto a la filosofía. Juliane Rebentisch (2021) indica que esta tendencia se origina con la crítica de Rüdiger Bubner a la filosofía del siglo xx que consiste en evadir el problema del fenómeno artístico en sí mismo. Las teorías de Heidegger, Gadamer o Lukács han interpretado la obra de arte como "un privilegiado acceso a la 'cuestión de la verdad'" (p. 44). Esta segunda tendencia explica las problemáticas formales y de contenido que enfrenta el arte contemporáneo.

El arte contemporáneo plantea muchos retos al espectador. Hay un verdadero problema sobre su "validación" y una búsqueda, tal vez infructuosa, de su legitimación. Según describe Fernando Castro (2019), algunos artistas se conciben como transgresores y afirman que cualquier cosa es arte. No obstante, para

Castro el arte contemporáneo aún se encuentra "obsesionado por los sistemas de enmarcado" (p. 21). Se sigue necesitando de un marco que explique el arte contemporáneo e indique por qué cualquier cosa puede ser arte, aunque esto implica aceptar la necesidad de legitimarlo. Sin embargo, no siempre son necesarios los marcos y no siempre 'cualquier cosa' es arte. Hay razones conceptuales y filosóficas por las que Marcel Duchamp comenzó a buscar sus *ready-mades* y apartarse de la concepción del arte de su tiempo. Es un hecho que Duchamp no necesitaba legitimar sus *ready-mades* como si fueran obras de arte. La ironía fue que con el tiempo sus *ready-mades* se convirtieron en 'obras de arte'. Por lo que los problemas de legitimación del arte contemporáneo no siempre pueden ser *enteramente* resueltos desde una estética filosófica.

Positividad y negatividad: lo pulido y lo agreste

Hechas estas consideraciones, el diagnóstico de Han es acertado, la belleza convertida en lo pulido no es otra cosa que una reproducción de la estética de la autocomplacencia y del simple placer autorreferencial. Este tipo de arte no engendra lo bello, tal y como lo planteara Han. El filósofo surcoreano intenta mostrar estas limitaciones y recuperar la experiencia estética como la contemplación, como la plenitud de sentido que ilumina, con su verdad, un mundo amenazado por el *big data*, la información y la carencia de verdad.

Desde el inicio de su obra Byung-Chul Han establece una distinción entre lo pulido y lo

agreste. Lo pulido, terso y suave es un símbolo de la *sociedad positiva*. Misma que podemos ejemplificar, como ya se ha dicho, con el *smartphone* o la obra de Jeff Koons. En ambos casos, dice Han, el juicio estético se reduce al *like* de las redes sociales o un simple *wow*. En ambos casos, el juicio estético está vaciado de profundidad, hondura y reflexión. Lo pulido, sostiene Han, crea una sensación de aire vacío, y especialmente la obra *Balloon Dog* de Koons es una sugerencia para reducir lo estético a lo puramente sensorial, se trata de un espejo en el que el espectador puede tomarse una *selfie* para compartir en sus redes sociales y ‘ganar seguridad en sí mismo’, según las palabras de Koons. Lo importante es que:

Todo fluye en transiciones suaves y pulidas. Todo resulta redondeado, pulimentado, bruñado. El arte de Jeff Koons es un arte de las superficies pulidas e impecables y de efecto inmediato. No ofrece nada que interpretar, que descifrar ni que pensar. Es un arte del “me gusta”. (Han, 2019: 12).

La función de lo pulido es negar lo negativo que ofrece la resistencia, el dolor, el sufrimiento y la herida. Tal pareciera que lo pulido es una burbuja que niega lo que acontece en el mundo o en la realidad.

En el apartado de la estética de lo pulido y lo terso, Byung-Chul Han explora similitudes entre lo bello/sublime y lo pulido/agreste. Se trata de mostrar en qué momento de la historia de la



La sensación placentera suscita un deseo autorreferencial. Buscamos lo que **nos agrada y nos complace**.

estética se estableció una separación entre lo positivo y lo negativo. Han intenta explicar el porqué del apego social por lo suave y lo terso que elimina toda negatividad. Esta es una de las partes del texto más relevantes filosóficamente, puesto que la separación entre lo bello y lo sublime representa la huida de la negatividad para buscar la positividad. Sin embargo, conforme se profundiza en los argumentos, se trata de una falsa negatividad. La modernidad inventa lo positivo y centra la experiencia estética en la autocomplacencia. Me parece que Han reconoce que deben retomarse las críticas de Adorno a la estética kantiana, pero no muestra del todo que lo sublime, en el mismo Kant, reconforta al sujeto y evita la confrontación con lo terrible al complacerse en ello.

Paradojas del sentimiento de lo bello y lo sublime

Han asume que lo sublime y lo bello se separan en la modernidad. Lo bello como la positividad del simple agrado y lo sublime como lo sobrecogedor que no es complacencia. Las propiedades como la finura y la ternura se convierten en signos de belleza, mientras que la robustez y la fortaleza son cualidades de lo sublime. Todo lo brusco contradice lo bello. Lo bello ha de ser dulce, terso y suave como fenómenos de la positividad pura (p. 29). Su referencia principal

es el filósofo británico Edmund Burke, para quien, según Han, lo bello nos libera de toda negatividad y despierta el disfrute positivo. Mientras lo sublime causa dolor y horror, lo bello se convierte en una autocomplacencia. Con estas descripciones Han expone algunas similitudes entre Burke y Kant: “Igual que hace Burke, Kant aísla lo bello en su positividad. Lo bello suscita una complacencia positiva. Pero va más allá del deleite hedonista, pues Kant lo inscribe en el proceso cognoscitivo” (p. 34). En esta primera caracterización, posteriormente, Han ampliará más el concepto de lo bello y lo sublime en Kant, se puede apreciar un aspecto fundamental de la experiencia estética como mera sensación de placer y goce. De hecho, en este apartado podemos darnos cuenta de la forma en que Kant separa lo bello y lo sublime en tanto referencia al *objeto*, pero los unifica como sensación de agrado o *autocomplacencia*. Asunto que Han posteriormente reconsiderará.

Hemos aprendido desde Hume que la sensación placentera suscita un deseo autorreferencial. Buscamos lo que *nos agrada* y *nos complace*. No hay un interés puesto en el objeto, salvo que deseamos experimentar una sensación placentera. El goce no está puesto en el objeto, sino en el sujeto. Gozamos de algunas amistades por su sentido del humor o ingenio, pero cuando sólo acudimos a ellas por esas sensaciones placenteras, en realidad

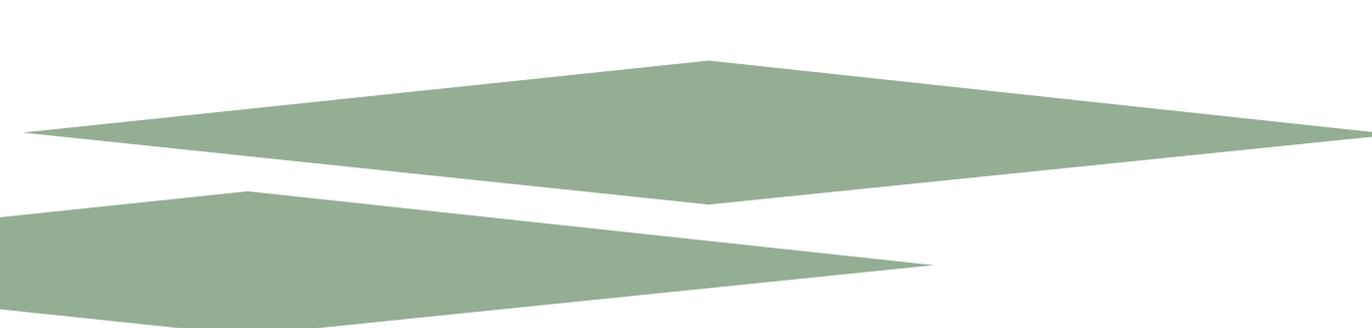


no las estimamos y valoramos por su ingenio, sino porque *nos* hacen la vida más agradable y llevadera. Estas descripciones refieren al equívoco en la separación entre lo bello y lo sublime, el equívoco de sustentar lo bello en el gusto y la subjetividad. El goce y el placer de esta experiencia se convierte en mera autocomplacencia en la que el sujeto se agrada a sí mismo: “La complacencia por lo bello es la complacencia del sujeto por sí mismo” (p. 35). Y la crítica que Han plantea se sustentará en la crítica de Adorno a Kant: “Esto formal, que obedece a legalidades subjetivas sin consideración de su otro, mantiene su carácter agradable sin ser quebrantado por eso otro: la subjetividad disfruta ahí inconscientemente de sí misma, del sentimiento de su dominio” (Adorno, 2004: 94).

La importancia de la referencia a la contraparte de lo pulido, lo agreste y lo sublime, radica en que amplía la experiencia estética del sujeto. Lo agreste no suscita complacencia, causa dolor o desgana, por eso saca al sujeto de sí y lo confronta con la negatividad, la resistencia; lo otro que se encuentra al margen de su autocomplacencia. Sin embargo, aparentemente el “ego” del sujeto es mermado y consciente

Se sigue
necesitando de
un marco que
explique el arte
contemporáneo
e indique por
qué cualquier
cosa puede ser
arte.

de su finitud: “Al contemplar poderosos fenómenos naturales, el sujeto, en un primer momento, se siente impotente” (p. 35). No obstante, lo sublime puede potenciar ese ego cuando se siente a salvo y se ve a sí mismo como capaz de sobreponerse a lo amenazante, puesto que “El sujeto se salva refugiándose en la interioridad de la razón, frente a cuya idea de infinitud ‘todo en la naturaleza resulta pequeño’” (p. 36). Esto muestra una problemática en el modelo kantiano. Lo bello es autocomplacencia, pero lo sublime no nos deja en la negatividad, en lo otro, en la resistencia y en el dolor. En realidad, en lo sublime no hay dolor, el sujeto no sufre porque recupera su ego en una complacencia aún mayor. Si acudimos a Kant podemos notar porque lo sublime se convierte en otra autocomplacencia: lo bello y lo sublime también son “agradables”:



Este delicado sentimiento que ahora vamos a examinar es principalmente de dos clases: el sentimiento de lo *sublime* y de lo *bello*. La emoción en ambos es agradable, pero de muy diferente manera. La vista de una montaña cuyas cimas nevadas se alzan sobre las nubes, la descripción de una furiosa tempestad o la pintura de los infiernos de Milton producen agrado, pero unido al terror, en cambio, la contemplación de prados floridos, valles con arroyos ondulantes cubiertos de rebaños pastando; la descripción de Elíseo, o la pintura que hace Homero del cinturón de Venus provocan igualmente una sensación agradable, pero alegre y sonriente. (Kant, 2004: <4>).

Para Kant tanto lo sublime como lo bello causan agrado, pero en el primer caso el agrado está unido al terror y en el segundo a lo “alegre y sonriente”. La experiencia placentera de lo sublime se sustenta en una razón distinta al placer por lo bello. El sujeto se autocomplace por sobreponerse al terror. Como indica Adorno, la subjetividad disfruta inconscientemente de sí misma, de su dominio. Por eso concluye Han (2019):

Lo completamente distinto que se sustrajera a lo sublime sería para Kant lo atroz, lo monstruoso o lo abismal. Sería una catástrofe, un desastre que no tendría sitio en la estética kantiana [...] Ni lo bello ni lo sublime representan lo distinto del sujeto. Más bien son absorbidos por su intimidad. (p. 37).

Si ni lo bello ni lo sublime representan algo distinto al sujeto porque en ambos la emoción es agradable, entonces será cierto que en ambos hay autocomplacencia. Y la diferencia más radical y que puede sorprendernos es que habrá una diferencia de notoria superioridad de lo sublime frente a lo bello. Superioridad que Kant trasladará a las diferencias de género, puesto que reserva para las mujeres la belleza y para los hombres lo sublime. (Kant, 2014: <48>).

Ahora bien, se pueden hacer dos observaciones. 1) Una parte desconcertante del argumento de Han y que puede ser criticable es que finaliza este capítulo con una premisa que no había introducido en su argumento: que la experiencia de lo bello como placer y goce autorreferencial y autocomplaciente es el “germen” de la cultura de consumo heredada de la modernidad. 2) A pesar de que Kant reconoce que el sentimiento de lo bello y lo sublime comparten la misma emoción de agrado, pareciera que esto no es significativo y que la crítica de Adorno no tiene mayor relevancia. Sin embargo, a favor de Han se puede decir que el intento de regresar lo sublime a lo bello implica desubjetivizar lo bello y, con ello, evitar la reducción de lo bello a la mera autocomplacencia del sujeto:

Pero no sirve de nada el intento de poner lo bello bajo sospecha general declarándolo el germen de la cultura del consumo, ni de hacer que se enfrente a lo sublime a la manera posmoderna. Lo

En esta cultura del consumo, los estímulos y la excitación hacen de la belleza una mera **autocomplacencia**.

belloy lo sublime tienen el mismo origen. En lugar de contraponer lo sublime a lo bello, se trata de devolver a lo bello una sublimidad que no quepa interiorizarla, una sublimidad desubjetivizante: se trata de revocar la separación entre lo bello y lo sublime. (Han, 2019: 38).

Lo que es relevante es el cambio de sentido que plantea Han. En vez de “embellecer” lo sublime, se busca sublimar lo bello. Hacer que lo bello trascienda la autocomplacencia y el sujeto salga de sí.

La salvación de lo bello

Una pregunta importante consistirá en saber cómo logra Byung-Chul Han desubjetivizar lo bello. El argumento comienza en la comparación de la belleza digital con la belleza natural.

Hasta esta parte de la argumentación no se traspasan los límites de la subjetividad. Se establece, entonces, una diferencia, quizás arbitraria entre el adentro, para enmarcar la subjetividad, y el afuera como lo externo a esta subjetividad. La idea de desastre, narra Han, implica un cielo sin estrellas y ni Hegel ni Kant conciben el desastre como el afuera que quebranta la interioridad (p. 62). Ahora bien, lo que interesa en el argumento no es introducir el afuera dentro de la subjetividad, sino que se busca que el sujeto salga de sí y se encuentre frente a la perplejidad del afuera. Han acude a Blanchot para utilizar la metáfora del cielo vacío:

El cielo vacío como contrafigura del cielo estrellado representa para Blanchot la escena primordial de la infancia. Ese cielo vacío le revela la utopía de lo completamente distinto, del exterior que no cabe interiorizar, cuya belleza y sublimidad colman al niño de una “alegría devastadora” [...] El niño se siente arrebatado por la infinitud del cielo vacío. (p. 63).

Así, Han encuentra una oposición entre la estética del desastre; el afuera, y la estética de la autocomplacencia; el adentro. Entonces, se experimenta un acontecimiento de vacío que desinterioriza y desubjetiviza al sujeto que se encuentra indefenso ante lo externo, sin protección de la subjetividad que racionaliza o internaliza el acontecimiento de la naturaleza. De modo que “El desastre significa la muerte del sujeto autoerótico que se aferra a sí mismo”. (p. 64). En referencia a *Las flores del mal*, de Baudelaire, la belleza es un desastre “que desbarata los órdenes de las estrellas” (p. 64). Lo bello adquiere, a partir de *Elegía de Duino* de Rilke, la posibilidad de acercarse a lo sublime en la dialéctica en la que lo bello hace soportable lo terrible, nos escuda de lo terrible,

Lo bello no es una apariencia, por eso los sentidos son incapaces de aprehenderlo.

El buen gusto no es el resultado de una subjetividad individual, pura y ahistórica. El buen gusto obedece a **prácticas sociales**.



pero al mismo tiempo, reitera Han, a través de lo bello resplandece lo terrible. La belleza deja de ser autocomplacencia y positividad para dar paso a la negatividad, al desastre capaz de conmover, salir de sí a través de llanto y el dolor. Esta imagen o metáfora puede ser asimilable en aquellas obras en las que el espectador es capaz de afrontar el desastre y aceptarlo. Por eso, Han remite una vez más a Adorno: “También para Adorno la negatividad de lo terrible es esencial para lo bello” (p. 64). El sujeto ha de emanciparse del miedo a la naturaleza abrumadora.

Este argumento posibilita separarse de la apariencia de lo bello. La apariencia establece un orden, una composición, un equilibrio que subjetiviza la negatividad. Ese orden que complace al sujeto es liso y pulido. Nos hace inmunes a la muerte porque esa apariencia de belleza carece de vida. La resistencia de lo negativo, del afuera, es una fuerza vivificante frente a la inercia de lo pulido y lo liso, por eso lo bello es debilidad, fragilidad y quebrantamiento. De este modo, todos los intentos por hacer perdurar la apariencia de belleza, de satanizar y pulir los cuerpos elimina lo bello porque pierde su vitalidad bajo la hegemonía de la calocracia.

Han retomará el ideal de lo bello en Kant con la distinción entre una subjetividad autoerótica, propia de la estética del consumo, y la estética de la contemplación. El demorarse en lo bello implica desubjetivizar o salir de la autocomplacencia por medio de la experiencia estética que se centra en la contemplación del afuera. El consumo nos remite a estímulos y excitaciones que impiden la contemplación del objeto, impiden demorarse en lo bello. Lo bello no es una apariencia, por eso los sentidos son incapaces de aprehenderlo. El ideal de lo bello se refiere a la belleza moral o a una moral de lo bello. La sobreexposición del cuerpo y la explotación del atractivo sexual se sustentan en esa apariencia de belleza autocomplaciente, satanizada y pulida. Así, Han muestra que lo sexualmente deseable puede ser un producto del capitalismo de consumo. Esta cultura del consumo, los estímulos y la excitación hacen de la belleza una mera autocomplacencia. Por el contrario, lo bello queda liberado de la ganancia y las finalidades externas del consumo: “El consumo y la belleza se excluyen mutuamente. Lo bello no hace propaganda de sí. No seduce ni para el consumo, el disfrute o la posesión. Más bien, invita a demorarse contemplativamente” (pp. 80-81).

El demorarse contemplativamente es mucho más complejo de lo que parece. En presencia de lo bello el yo ha de desprenderse de sí mismo. Esta salida de sí evita toda subjetivación que haga tolerable una tarde de aburrimiento. No se requiere esa avidez de novedades o esa aceleración que nos hace consumir con rapidez cientos de imágenes y datos de las redes sociales. La crítica de Han a Facebook es la falta de persistencia, la tenacidad y el carácter que no puede tener recuerdos porque esas imágenes se “vacían de sus atractivos visuales y se desvanecen” (p. 100). Sin embargo, Byung-Chul Han referirá una de las más importantes tradiciones filosóficas sobre lo bello.

Han retoma de *El Banquete* de Platón los distintos estadios o niveles para aprehender la belleza, desde la admiración de los cuerpos bellos en la juventud hasta la contemplación de la belleza en sí misma. Aunque Han pone mayor énfasis en la importancia de Eros como fuerza creadora o procreadora. Han evoca el pasaje en el que Diotima establece una relación entre la belleza y Eros.

Sin embargo, me parece conveniente regresar al texto de Platón. Hay que recordar que Diotima devela a Sócrates que Eros no es un dios, sino un *demon*, un mediador entre los mortales y los dioses. (Platón, 2000: 202 e), pero Eros es el deseo de poseer siempre el bien (Platón, 2000: 206 a) y Eros es el deseo de procreación de la belleza, según el cuerpo y según el alma (Platón, 2000, 206 b); además del deseo de inmortalidad, algo que no menciona Han. ¿Qué es lo que ha de ser inmortal? ¿El alma? ¿El bien o la belleza?

Diotima muestra que las acciones más bellas están vinculadas con la virtud, pero no sólo como un bien personal, sino como un bien para la comunidad, por eso dice:

En cambio, los que son fecundos según el alma... pues hay, en efecto –dijo– quienes conciben en las almas aún más que en los cuerpos lo que corresponde al alma concebir y dar a luz. ¿Y qué es lo que le corresponde? El conocimiento y cualquier otra virtud, de las que precisamente son procreadores todos los poetas y cuantos artistas se dice que son inventores. Pero el conocimiento mayor y el más bello es, con mucho, la regulación de lo que concierne a las ciudades y familias, cuyo nombre es medida y justicia. (Platón: 209).

La referencia a Platón puede ser insuperable en muchos sentidos. Diotima dice que el resultado de la procreación del alma ha de ser inmortal. Esto es muy importante, si somos consecuentes con los argumentos de Han, entonces no se busca la inmortalidad del cuerpo y, lógicamente, el alma no procrea su propia inmortalidad. El alma concibe y da a luz el *conocimiento* y la *virtud*. Lo que es inmortal es la obra o el resultado del conocimiento y las acciones de los seres humanos. Esa obra es el ‘afuera’ del sujeto. Aquello que no depende de su autocomplacencia y su subjetividad. El alma engendra belleza por medio del conocimiento y la virtud.

Los poetas y los artistas son sus inventores. Ellos procrean la virtud en el sentido de que inmortalizan la presencia de la ‘virtud’, no la presencia de ellos. Hay que recordar que Diotima propone diferentes formas de ser inmortal e

indica que, de estas formas, la fama y el honor son las más perseguidas por los hombres, pero que ese deseo sólo muestra la irracionalidad de los hombres:

—Por supuesto, Sócrates, ya que, si quieres reparar en el amor de los hombres por los honores, te quedarías asombrado también de su irracionalidad, a menos que medites en relación con lo que yo he dicho, considerando en qué terrible estado se encuentran por el amor de llegar a ser famosos 'y dejar para siempre una fama inmortal'. (Platón: 208 c).

Lo que debe prevalecer por siempre es el bien y la virtud, no la fama de los artistas o los poetas. Ellos son artifices de la belleza porque engendran el bien. En muchos sentidos son sabios en los asuntos de las virtudes y los vicios. Sin embargo, Diotima concede un lugar de mayor conocimiento y belleza a las leyes de la ciudad que logran establecer medida y justicia. Las leyes, por sí mismas, no son bellas. Sólo lo serán aquellas capaces de 'engendrar' medida y justicia. La belleza no radica en el bienestar individual o personal, sino en el bien de la

El arte moderno nació en una economía de mercado.

ciudad y la comunidad. Mucho habrá que meditar sobre este tema, pero lo que sí me parece evidente es que la desobjetivación de lo bello nos deja en la perplejidad ante la posibilidad de contemplar la belleza.

Otras posibilidades del arte contemporáneo

En términos muy generales, una de las observaciones que pueden plantearse a Han es la distinción tan fuerte entre el adentro (interno) y el afuera (externo). Pareciera que la subjetividad no está expuesta a dispositivos, reglas y mecanismos sociales de subjetivación. La primera dificultad radica en aceptar la tesis inicial de Kant sobre la autocomplacencia. Supuestamente el gusto y el placer dependen únicamente de factores sensibles. Por su puesto que hay una experiencia sensible, y que en la taxonomía de los deseos el placer es autorreferencial. Sin embargo, el buen gusto no es el resultado de una subjetividad individual, pura y ahistórica. El buen gusto obedece a prácticas sociales. Cuando Octavio Paz (2014) explica el contexto de la crítica de Duchamp al buen gusto, advierte que:



En efecto, el gusto rehúye el examen y el juicio: es un asunto de catadores. Oscila entre el instinto y la moda, el estilo y la receta. Es una noción epidérmica del arte, en el sentido sensual y en el sentido social: un cosquilleo y un signo de distinción. Por lo primero reduce al arte a la sensación; por lo segundo, introduce una jerarquía social fundada en una realidad tan misteriosa y arbitraria como la pureza de la sangre o el color de la piel. (p. 156).

Otra observación, vinculada con la primera, radica en que buena parte del arte moderno está supeditada a su mercantilización y su construcción social como bien de consumo. Para el poeta y ensayista mexicano es probable que el buen gusto se haya originado con las primeras ciudades y el Estado moderno. En Occidente nace con el Renacimiento y tiene conciencia de sí, a decir de Paz, hasta el barroco, pero no será sino hasta el siglo XIX que se consolidará socialmente y por eso, indica Paz (2014): “Su nacimiento coincide con la desaparición del arte religioso y su crecimiento y supremacía se deben, más que nada, al mercado libre de objetos artísticos y a la revolución burguesa” (p. 156). El crítico de arte Hal Foster (2020) comparte el mismo punto de vista: “El arte moderno nació en una economía de mercado y, a principios del siglo XX, ya no podía ignorar su condición de mercancía especialmente adecuada para la inversión especulativa” (p. 55).

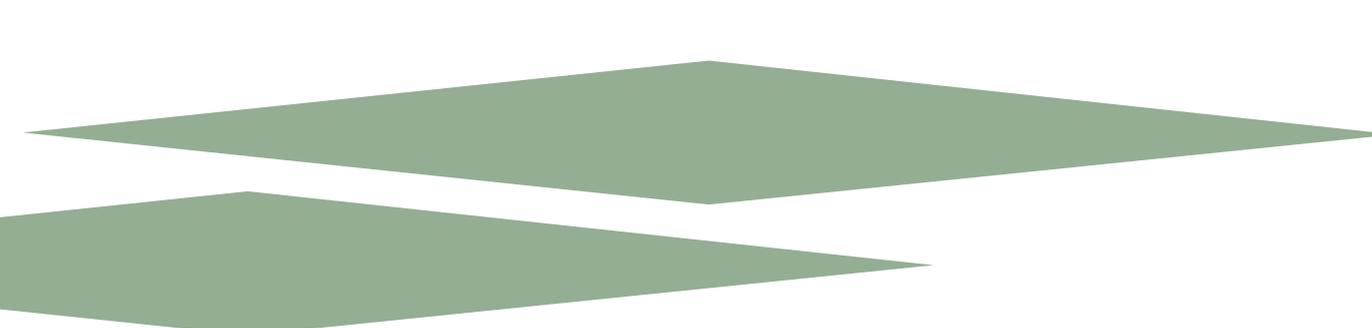
Hechas estas consideraciones, podemos reconocer que buena parte de la crítica de Han a Jeff Koons, a la sociedad positiva y a la relación entre arte y consumo capitalista tienen un antecedente histórico en la modernidad y no sólo en la filosofía moderna. En el presente,

esta relación se ha potenciado por medio de la cultura de masas, la nueva revolución digital y su expansión por medio de las redes sociales. No obstante, me parece necesario agregar la aceptación del *Pop Art* y su exaltación de la sociedad de consumo, el entretenimiento y la sociedad del espectáculo.

La definición del arte contemporáneo como ‘arte del presente’ encierra la paradoja de eludir su temporalidad. Después de todo, dice Juliane Rebentisch, cualquier arte del pasado alguna vez fue arte del presente. Hay distintos criterios para establecer una cronología del arte contemporáneo. Rebentisch (2021) propone tres fechas emblemáticas: 1945, 1965 y 1989; 1945 refiere al fin de la Segunda Guerra Mundial; 1965 al rompimiento con la estética modernista, la unidad de la obra de arte y los medios artísticos; 1989 no sólo representa el “fin” de la Guerra Fría, sino, además, el comienzo de la globalización y un capitalismo neoliberal-desregulado. La crítica de Han a Jeff Koons debe considerar, como antecedente, las fechas de 1965 y la década de los años setenta debido al auge del *Pop Art*. La existencia de *Balloon Dog* como ‘obra de arte’ depende del contexto de 1989, puesto que esta fecha también es significativa para el capitalismo global.

Klaus Honneth sostiene que los años setenta es una especie de laboratorio del arte contemporáneo. Esta década es la consecuencia inmediata de dos rupturas del concepto tradicional de arte. Una es representada por Joseph Beuys, la otra, por Andy Warhol. Ambas nacen al mismo tiempo, pero con programas y agendas culturales divergentes.

El artista alemán Joseph Beuys ha sido considerado como uno de los artistas de mayor



relevancia para la ruptura del arte contemporáneo con el arte tradicional. Las obras de ‘arte’ han dejado de ser elaboradas para su contemplación estética. El ‘concepto ampliado de arte’ implicaba dejar de ver al artista como creador de obras y al espectador como simple receptor. La ambigüedad, la metáfora y el cambio de sentido de las cosas reales provocan que el espectador forme parte o participe de la instalación, la acción o el *performance*. El espectador debía tomar una actitud activa para interpretar las acciones. La obra no está en la materialidad del objeto sino en la relación con el espectador. Klaus Honnemann explica que la idea de Fluxus implicaba: “una interpretación artística según la cual una obra de arte no se puede determinar con criterios, o categorías. Por lo tanto, una obra de arte avanzada es más bien una creación abierta” (Honnemann, 1993: 42). Esta apertura de la obra implica modificar la noción de arte desde sus cimientos. El arte dejará de ser algo tangible, ni el artista, ni el espectador, ni la obra recibirán un ‘lugar’ asignado dentro de la convención tradicional de lo que es arte. Si el espectador acepta el reto, habrá de involucrarse más con la acción o con los objetos dispuestos para que él imagine.

En su momento, y tal vez aún ahora, las obras de Beuys causaban irritación, crítica y rechazo, pues muchas parecían verdaderas provocaciones. Sin embargo, el lenguaje artístico de Beuys en realidad estaba lleno de metáforas, símbolos y conexiones vitales (Honnemann, 1993). Uno de los primeros trabajos de Beuys, *Cómo explicar cuadros a una liebre muerta*, ilustra

la forma en que estos elementos interactúan entre el escenario, Beuys y el espectador. Sin duda, en esa época se rechazó dicho *performance* y muchas otras obras de Beuys. A decir de Honnemann, se debió a que el público tenía otra expectativa. El rechazo se sustentaba en que los espectadores veían en Beuys un personaje ajeno a la sociedad de consumo y al ideal de individualismo hedonista: “Un testimonio evidente en contra de una sociedad que ha cultivado una actitud consumista. Sus obras abiertas contradicen la imagen cerrada del mundo que es transmitida gustosamente por la fotografía y los medios tecnológicos” (Honnemann, 1993: 42). Pero también hay algunos críticos que ofrecen argumentos para indicar que ese *performance* requiere de una explicación de los símbolos que se utilizan. Incluso Arthur Danto (2013) es algo sarcástico en sus comentarios a la obra de Beuys:

En los años setenta, el gurú alemán Joseph Beuys —que enseñaba en Düsseldorf— declaró que cualquier cosa podía ser arte. Su trabajo respalda esta afirmación, ya que hacía arte con grasa, como cuando en una exposición suya en el Museo Guggenheim colocó allí mismo, en el atrio, un trozo de grasa del tamaño de un pequeño iceberg. (p. 36)

En contraste, Andy Warhol encarnaba los ideales y deseos de una sociedad de consumo, una defensa del hedonismo individualista y necesitado de fama y reconocimiento como medio para restaurar la propia autoestima:

“Allí donde Beuys agitaba, Warhol constataba que la agitación artística mantenía únicamente en marcha un gigantesco aparato de entretenimiento. (Honnef, 1993: 44). Lo más curioso es que Koons reproduce esta pretensión en un “credo” que “ayuda” a los demás a deshacerse de un juicio sobre las propias limitaciones económicas o sociales. Koons, dice Foster (2020), inventa un “credo” para aceptarnos y valorarnos a nosotros mismos como capital humano:

Este credo se adapta a la cultura de la terapia que ha dominado durante mucho tiempo en la sociedad estadounidense: el único ego bueno es un ego fuerte, uno que pueda vencer cualquier neurosis infeliz, pero también se ajusta a la ideología actual del neoliberalismo, que busca promover nuestra “autoconfianza”. Como mercancías empaquetadas, nuestra “autovaloración” como capital humano, es decir, como tantos conjuntos de habilidades que nos vemos obligados a desarrollar a medida que cambiamos de un trabajo precario a otro. (p. 64).

Sin embargo, desde una lectura que soporta la autonomía estética del arte. Las obras de Warhol también pueden ser leídas como parte de una revolución estética. Una forma más directa de superar las teorías del arte como “imitación”. Por eso, Danto (2002) sostiene en su teoría del *ready-made*, al referirse a la obra de Warhol: “Pero entonces nos damos cuenta de que hemos confundido la obra de arte-Brillo Box- con su vulgar homólogo de la realidad comercial. La obra reivindica su exigencia con una descarada metáfora: la caja de Brillo como obra de arte” (p. 295).

Estas referencias a uno de los orígenes del arte contemporáneo permiten entender las conexiones entre los contextos globales y artístico-culturales entre Warhol y Koons, pero también deberían ayudarnos a comprender la importancia de no omitir ejemplos de arte contemporáneo que provengan de la tradición de Joseph Beuys. Algunos teóricos y críticos de arte identificarán algunas instalaciones de Ai Weiwei con el concepto ampliado de arte, así como algunas obras de la artista mexicana Mónica Mayer también tienen puentes con este concepto y con algunas características relevantes sobre la transformación del concepto de obra y el papel del espectador, como son: la actitud activa del espectador, su participación en la obra y la inmaterialidad del objeto artístico, o el no-objetualismo, dirá Juan Acha.

La conocida instalación participativa “El tendadero”, de Mónica Mayer, fue montada por primera vez en 1978 en el Museo de Arte Moderno de la Ciudad de México, y se ha expuesto en otros espacios y momentos: en 1979 (en Los Ángeles, dentro del proyecto visual *Making it Safe*, de Suzanne Lacy), en 2009 (*Sin centenario, no bicentenario: revoluciones alternas*, en la Universidad Iberoamericana) y en 2016 (Museo Universitario Arte Contemporáneo [MUAC]). La pieza no sólo posibilita encontrar estos elementos acerca del arte contemporáneo, sino también contribuye a sumar ejemplos a la conclusión de Diotima sobre engendrar lo bello. La obra no busca la fama o el prestigio de la artista. Es una construcción que cuestiona la cultura del machismo y la misoginia en México. Se preocupa por la virtud y tiene un compromiso con su comunidad para hacer visible la

normalización de la desigualdad y violencia de género en México. Busca la medida y la justicia y, por supuesto, generar leyes e instituciones para mitigar y erradicar esa violencia y esas desigualdades.

Desde su primera presentación hasta la fecha, no deja de inquietar y preocupar, como indica Sol Henaro (2016), que esta instalación siga siendo vigente. El soporte de la obra es una referencia a las actividades domésticas como el lavado de la ropa y el tenderla para que se seque. En aquella exposición colectiva de 1978, Mayer distribuía papelitos con ganchos para que las mujeres participantes completaran o se apropiaran de la frase “lo que más detesto de la ciudad es...” y tendieran esos papelitos en el tendedero. En aquella exposición colectiva de 1978 la respuesta fue denunciar las situaciones de acoso callejero y en el transporte público, tal vez hoy al trascender el museo y situarse en el espacio público, el tendedero sea una obra anónima de protesta, denuncia y exigencia de respeto. Una forma de engendrar belleza, sin duda es reactivar tantos *performances*, instalaciones de Mayer y otras artistas feministas. Así, concluyo esta reseña con una reflexión de Henaro (2016) sobre otras obras de Mayer:

Basta recordar la obra *Justicia y democracia*, que realizó en 1995 como *Pinto mi Raya* (con Víctor Lerma), cuya vigencia y urgencia nos permiten reactivarla como parte de esta retrocolectiva para preguntarnos en 2016: *Hoy, en este México resquebrajado por la crisis y el escepticismo, ¿qué acción concreta tomarías para llegar a esta utopía...?* (p. 14).

Referencias

- Adorno, T. W. (2004). *Teoría estética* (J. Navarro Pérez, trad.). Madrid: Akal.
- Carroll, N. (2016). *Filosofía del arte: Una introducción contemporánea* (L. Lecuona, trad.). México: IIFs/UNAM-Cenart/Secretaría de Cultura.
- Danto, A. (2002). *La transfiguración del lugar común: una filosofía del arte* (Traducción Á. Mollá Román, trad.; A. Mollá Román, pról.). Barcelona: Paidós.
- Foster, H. (2020). *What Comes after Farce? Art and Criticism at a Time of Debacle*, Londres: Verso.
- Han, B. (2019). *La salvación de lo bello* (A. Ciria, trad.). Barcelona: Herder.
- Henaro, S. (2016). “Retroactiva de una imparable: Mónica Mayer”. En *Si tiene dudas... pregunte. Una exposición retrocolectiva de Mónica Mayer*. México: MUAC/UNAM.
- Honnef, K. (1993). *Arte Contemporáneo* (C. Sánchez Rodríguez, trad.). Colonia: Benedikt Taschen.
- Kant, I. (2004). *Observaciones sobre el sentimiento de lo bello y lo sublime* (D. M. Granja Castro, trad.). México: FCE-UNAM-UAM.
- Paz, O. (2014). *Obras completas IV. Los privilegios de la vista. Arte moderno universal. Arte en México*. México: FCE.
- Platón. (2000). *El Banquete*. En *Diálogos Tomo III* (M. Martínez Hernández, trad.). Barcelona: Gredos.
- Rebentisch, J. (2021). *Teorías del arte contemporáneo. Una introducción* (M. Gonnet, trad.). Valencia: Universidad de Valencia.