

La ironía y la herencia de la modernidad

Rafael Guardiola Iranzo

«La mirada de un curioso y semihundido perro ante el inefable mar de nubes donde todo se consume». Éste podría ser el áspero título de alguna de las provocativas obras imaginarias del Equipo Crónica o de Eduardo Arroyo, cargada sin duda de préstamos procedentes de artistas tan dispares como Goya, Friedrich, Klee o Bouchardon y cáusticos significativos textuales importados de páginas de Kierkegaard, Faulkner, Kafka, Proust, Joyce o del mismísimo Diógenes de Sinope —un «perro» curioso y semihundido, al fin y al cabo—. Su motivo inexistente: el breve pero enjundioso libro, *Necesidad de la ironía*¹, de Valeriano Bozal (1940).

Es hora de tomar partido, de pergeñar un escrito sospechoso y persuasivo con pretensiones polémicas tanto en el terreno de la estética como en el de la política o la moral, depurado de citas eruditas y reseca referencias bibliográficas, en el que puedan apreciar las miradas sanas y atentas del presente, sin aderezos ni requiebros argumentativos, la experiencia histórica de los principios de la modernidad que alumbrara el proyecto ilus-

¹ Valeriano Bozal, *Necesidad de la ironía*, Visor Dis., Colección «La balsa de la Medusa», n.º 101, Madrid, 1999, 116 pp.

La balsa de la Medusa, 53-54, 2000.

trado. ¿Qué ha sido de ese dorado sueño de placer y felicidad absoluta, de libertad y utopía? Y a la vista de todo ello, ¿qué nos cabe esperar? En última instancia, ¿qué hacer? Sea como fuere, Bozal apuesta aquí, como en tantos de sus escritos, por un tipo de reflexión como perspectiva, como apertura a un horizonte donde se revela la construcción misma del pensamiento, un pensamiento siempre inquieto, en constante ebullición de ideas (no en vano «dejar libre curso a la reflexión» es su objetivo declarado) y concentrado hasta tal punto en la tarea que echa sobre sus espaldas, que apenas se concede un respiro hasta que cree haber trazado un mapa ajustado a su territorio problemático.

En la sociedad de consumo actual, era del capitalismo triunfante, asistimos a una total inversión del proyecto originario de la modernidad, como consecuencia de la evolución de los propios principios sobre los que ésta se gestó: aquel que nos invita a buscar lo agradable y placentero, a disfrutar del instante, puesto que, al parecer, todos tenemos la capacidad de gozar de la naturaleza y ese otro que alude al goce ilimitado que proporciona la felicidad absoluta, destino histórico del género humano, que está por venir y asimismo todos podemos alcanzar. Para nombrar tan ilustres principios y acceder, tras el análisis de su naturaleza y evolución, a un «lúcido» estado de conciencia, el autor de *Necesidad de la ironía* hace un eficaz uso de las correspondientes categorías estéticas de la modernidad: lo pintoresco o interesante y lo sublime. Éstas son, junto con la belleza, las categorías positivas de la

estética moderna, cuyo envés negativo se encuentra en el *kitsch*, lo patético y lo grotesco². Y resulta que, por una parte, lo pintoresco ha evolucionado finalmente hasta encarnarse en el democrático e irresistible *kitsch* («la medida del gusto en la economía de consumo») y, de otro lado, lo sublime lleva inexorablemente al totalitarismo y a la alienación.

No olvidemos que el goyesco «perro semihundido» de la obra que nos hemos permitido imaginar está dotado de una curiosidad envidiable, pugna para recoger, gracias a los sentidos, la variedad y diversidad de lo que acaece en un momento singular, cargado de significado, y parece deleitarse en el acto mismo de la discreta contemplación. Es signo de la condición dinámica e insaciable de la naturaleza humana de la que habla Hume, la actitud de quien juzga y busca el agrado en lo pintoresco o interesante, sea en un escenario natural, sea —como en el caso del *flâneur* del que habla Baudelaire— en el original que se descubre en el contexto inmediato. Éste lo conforman tanto el ameno paisaje natural y urbano, como los

² Quien desee obtener una visión detallada de las categorías estéticas de la modernidad, puede consultar con provecho los dos volúmenes de la *Historia de las ideas estéticas* del propio Valeriano Bozal, Madrid, Historia 16, 1998, y otros escritos del mismo autor, como *El gusto*, Madrid, Visor, 1999; el prólogo a la *Indagación filosófica sobre el origen de nuestras ideas de lo sublime y lo bello*, de Edmund Burke, Murcia, Arquitectura, 1985, pp. 7-37; el artículo titulado «Categorías estéticas de la modernidad: sublime y patético», publicado en el número 3 de *La balsa de la Medusa*, Madrid, 1987, pp. 67-86, o el que lleva por título «La lucidez de la risa» publicado en el número 10-11 de *La balsa de la Medusa*, Madrid, 1989, pp. 53-67.

tipos humanos que los frecuentan y hasta las representaciones de todo ello (las estampas y los folletines, por ejemplo), motivos que recoge con avidez la mirada atenta del *flâneur* con el ánimo de reconstruir el mundo de la vida cotidiana, adentrándose en un nuevo estado de conciencia de dicho mundo y de la propia autoconciencia, gracias a la experiencia estética. Mas no se trata de un goce solitario de un bien elitista o minoritario. Desde el punto de vista político, la propuesta ilustrada que impulsa el gusto por lo pintoresco e interesante es, en opinión de Valeriano Bozal, democrática, dado que, en principio, «no hay nada *a priori* que impida disfrutarlo a todos».

La sociedad industrial avanzada —la sociedad de consumo y la inquieta cultura del ocio que va, atropelladamente, de una cosa a la otra en busca de lo novedoso— ha resuelto gracias a la economía de mercado y el sistema masivo de producción de mercancías el viejo problema de la «universalización de las posibilidades del agrado», ya que éste se puede generar en cualquier instante y en todas partes, haciendo uso de una ingente variedad de medios de reproducción del mundo (la fotografía, el cine, la televisión, el vídeo, el disco, etc.). Pero también ha desvirtuado uno de los rasgos peculiares de la experiencia estética, a saber, la recepción reposada y atenta del desajuste y la ruptura con lo establecido que entraña la auténtica obra de arte. Y esto es así, porque la repetición, condición del consumo masivo de las obras artísticas (de sus reproducciones en serie o, en su caso, de la experiencia rápida y superficial

de obras únicas en escenarios como los museos) y la deificación de lo que aparece como una novedad, implica la identificación o aceptación acrítica de lo sujeto a la norma social (lo que siempre es igual y que reconoce el sujeto de inmediato) con el propósito de obtener el mayor placer en el menor tiempo posible. «La contemplación cede paso al consumo y lo pintoresco se realiza en el *kitsch*». Este último universaliza lo interesante por medio de un peculiar «vaciamiento de significado». Curiosamente, con su socialización del agrado y la sanción del mercado, el *kitsch* se ha apoderado de la vida cotidiana, de una vida que deviene como fugaz noticia, como una trepidante sucesión de acontecimientos, donde la información debe ser tan simple, tan elemental, que la actividad de la recepción y el consumo de cualquier objeto, suceso o proceso no impida su fácil comprensión.

La mirada del perro de nuestra imagen soñada se asoma a un espectáculo inefable semejante al que presenta Friedrich en su obra *El viajero ante el mar de nubes*. No se trata de la mirada propia de la contemplación masiva a la que conduce el *kitsch*, sino que se aproxima a la grandiosa vivencia de lo absoluto que el Pseudo Longino o los tratadistas del siglo XVIII denominaron sublime. El hecho de pensar o sentir el carácter absoluto del objeto —en la naturaleza o en la historia— produce en el sujeto receptor una intensa emoción y provoca la suspensión del tiempo en el que este último se encuentra. El ánimo del sujeto se siente conmovido, dominado por la grandeza del objeto y este sometimiento aniquila momentáneamente

la libertad de aquél, al ser consciente de la distancia que separa a ambos (algo que puede suscitar temor e incluso terror). Pero la suspensión del tiempo transporta también al sujeto, sin continuidad con el momento anterior, a una experiencia «auténtica» de consuelo y hasta de intenso entusiasmo, placer y éxtasis, al tomar conciencia de su poder, de su capacidad para dominar, recobrando con ello la libertad cercenada. Distancia y éxtasis son los dos momentos de lo sublime, como las dos caras de la misma moneda y no hay una sucesión entre ellos, sino un enorme hiato. Lejos queda la proximidad, el gusto burgués por el agrado y lo ameno, el amable encadenamiento de acontecimientos de la vida cotidiana.

El autor de *Necesidad de la ironía* reconoce en lo sublime uno de los principales ingredientes de la experiencia estética, la distancia, dado que el placer que suscita dicha experiencia se cimienta en la capacidad para distanciarse y objetualizar, una vez anuladas las finalidades prácticas de las miradas «interesadas», reconsiderando la visión del mundo desde una nueva perspectiva. En cualquier caso, el poder del mercado es irresistible. Tanto, que ha sido capaz de engullir a lo sublime, a lo inefable, convirtiéndolo en objeto de consumo bajo la forma del *kitsch*, de lo cotidiano, en las manifestaciones artísticas y objetos que caen bajo la categoría del *pompier* (ese arte pretencioso que se produjo en Europa Occidental en la segunda mitad del siglo XIX y que ha tenido continuidad en el XX), uno de cuyos ejemplos más notorios es el orientalismo y al que es proclive en nuestros

días el exhibicionista poder económico.

Pero lo sublime se proyecta más allá de la experiencia estética, al afirmar solemnemente la felicidad individual y la felicidad colectiva como destino del género humano. El pensamiento del Siglo de las Luces y de los románticos encuentra en la historia el marco para la obtención de tan preciado fruto, de tal modo que el proyecto que parece definir a la modernidad no es otro que la tarea de titanes encomendada al ser humano de lograr la transformación de la naturaleza –exterior e interior– en historia, al ejercer el dominio sobre aquélla. No obstante, el historicismo de Marx y de sus seguidores o de la ideología nacionalsocialista alteró peligrosamente el significado de dicha transformación ilustrada que ejemplifica lo sublime, al proclamar la conveniencia de «fijar un sentido necesario para la historia». La transformación lo es ahora de la historia en naturaleza sublime y el sujeto desaparece, alienado, dentro del torbellino de la necesidad interna, el sentido y la salvación final que conlleva lo absoluto. Lo sublime deviene totalitarismo y funda la figura de la alienación. «Todo sublime es, en principio, malo», afirma Bozal, pues implica la enajenación de la voluntad y la razón del sujeto, un súbdito entusiasta, a fin de cuentas, dentro de una fervorosa masa, en la imponente realidad del héroe, del caudillo, del símbolo de lo absoluto, sea éste el Führer, el «padre» Stalin o el poder del Capital en la sociedad liberal-burguesa, con la excusa de participar de la misma naturaleza, signo de autenticidad. En

la medida en que, a la vista de lo argumentado, política y estética se reclaman mutuamente, difícilmente podremos encontrar en lo sublime una alternativa razonable al consumo del *kitsch* y a la labor de «vaciamiento de significado», sin decir adiós definitivamente al ideal de libertad y utopía.

El panorama es desolador: el modelo económico capitalista no parece tener rival, el dominio del mercado y de la sociedad de consumo es incontestable, tampoco se adivina el fin del imperio del *kitsch* (no han dado sus frutos ni las críticas filosóficas y ni las estéticas al mismo), y la fidelidad a lo sublime –ahora encarnado torpemente, con apariencia *kitsch*, en lo *pompier*– nos lleva inevitablemente a comprometernos con la alienación y el totalitarismo. En momentos de crisis, de renuncia generalizada, la «resistencia» (política, *de la teoría*, parafraseando a Paul de Man) a través de la «ironía» –uno de los rasgos presentes en la modernidad desde sus primeros pasos– es una actitud y hasta una forma de vida que puede llenar vacíos existenciales.

Esta es la herencia del proyecto moderno que aún no ha escapado a nuestro control y la bandera que enarbolan con vehemencia Valeriano Bozal o el artífice de la obra que imaginábamos al principio de este comentario. La ironía que se postula desde estas páginas nada tiene que ver con la frivolidad, ni con el desprecio o el dardo gratuito, o la crítica negativa y escéptica, ni pretende ser revolucionaria, ni significa emprender un nostálgico camino de vuelta hacia los orígenes (lo que implicaría dar nuevos

vuelos a la repetición). Para Bozal, el ejercicio de la ironía, de la capacidad de dudar momentáneamente y la aceptación de la duda, siguiendo a Kierkegaard, permite precisamente «asumir la modernidad en toda su complejidad» e incluso unificar elementos antagónicos, en estado de tensión constante, puesto que hace posible una mejor comprensión de la realidad. Más que un optimista programa sistemático y bien perfilado, la ironía aparece ante nuestros ojos como un poderoso instrumento estético y político que hace que podamos «ponernos a distancia» (recuperar la distancia perdida, anulada por el mercado), huir de lo próximo para evitar las consecuencias del feroz consumo y resistir.

El uso que aquí se defiende de la acerada ironía anima a seguir la senda —tan transitada por Foucault— de egregios «maestros de la sospecha» como Nietzsche, Freud, Marx o Wittgenstein en sus brillantes técnicas de análisis e interpretación que, a la par, configuran técnicas terapéuticas. Así, como sucede en el caso del método histórico-genealógico de Nietzsche, el «lúcido ironista» del que nos habla Valeriano Bozal investiga críticamente, gracias a los beneficios que le otorga la distancia conquistada, a fuerza de tomarse todo en serio, cómo se ha originado y cómo están influyendo sobre la vida de los seres humanos sus manifestaciones artísticas y culturales y cuál es el papel que hemos jugado en todo esto. El ironista se remonta a los orígenes del *kitsch*, de lo *pompier*, de la tensión filosófica existente entre los conceptos de historia y naturaleza y, sobre todo,

a la génesis del fenómeno del consumo y ofrece su diagnóstico desmitificador, la confirmación de sus sospechas: el *kitsch* no es lo pintoresco, lo interesante, sino que lo destruye, ni nos hace participar del pretendido agrado; lo *pompier* no es lo sublime, ni nos sitúa en el plano de la búsqueda de la felicidad; lo sublime nos aleja de la utopía y el ideal de libertad, legitimando el totalitarismo en cualquiera de sus versiones, pues la historia no es naturaleza; y, finalmente, el consumo no se puede identificar con la experiencia estética, así como el precio de una obra de arte no debe confundirse con su valor estético. Este último desenmascaramiento induce a tomar en consideración una especie de imperativo moral: debemos buscar la experiencia estética mentada, sin menospreciar las consecuencias morales y políticas de la misma, y atrapar con lucidez («el rasgo central de la ironía») los contornos de esa vivencia privada que nos hace sentir un placer intenso e inmediato, proporciona conocimiento, en tanto que modo de representación, y arranca de nuestras entrañas una valoración explícita o implícita que aspira a ser universalizable (el juicio de gusto).

En definitiva, «la lucidez estalla y se impone al gozo». La obra del ironista por excelencia, Francisco de Goya (tal vez, el interlocutor vital predilecto de los escritos de Valeriano Bozal) y, en particular, la figura del grotesco perro semihundido, protagonista y narrador de una acción carente de sentido alguno, nos muestra cómo la experiencia estética no sólo suscita agrado, sino que recoge y organiza gozosa, incluso en patéticas escenas

que recrean momentos de insoportable terror, crueldad y desasosiego, y a través de la ficción, del artificio y la distancia, los múltiples pedazos de una realidad hecha añicos. La ironía se empeña en que tomemos conciencia de las representaciones que se ofrecen para categorizar el mundo de los

hechos, nos habilita para unificar lo diverso por medio del kantiano «libre juego de nuestras facultades» de conocer, entender e imaginar y, quién sabe, tal vez aliente con su providencial «intervención» un compromiso moral y político en el horizonte de la historia.