

Estética de la cotidianidad¹

Un acercamiento desde la representación de la fealdad

The every day's esthetics

An approach from the performance of ugliness

José Hernando Morales Tíque²

Recibido: 06/06/ 2014 - Aceptado: 18/07/2014

Cómo citar este artículo: Morales, J. (2015). Estética de la cotidianidad. Un acercamiento desde la representación de la fealdad. *e-ikon* (2), 62-69

Resumen

El presente artículo versa sobre las relaciones que el sujeto urbano entabla con los diferentes espacios de su ciudad. Cuestión que deriva en la construcción de juicios de valor por parte de los ciudadanos respecto de algunos de ellos. Las representaciones, la interacción y la percepción en el vivir cotidiano del sujeto urbano, son nociones que juegan un papel importante como ejes axiológicos sobre los que se generan las calificaciones positivas o negativas de la ciudad. Para nuestro caso el juicio de valor feo. Hemos resultado llamar aquí, a dicho proceso, la construcción de una *estética de la cotidianidad*.

Palabras clave: Representación, interacción, percepción, estética, cotidiano, ciudad, feo, sujeto.

Abstract

This article deals with the relationships that the urban subject establishes with the different areas of the city. Question resulting in the construction of value judgments by citizens on some of them. Representations, interaction and perception in daily life of urban subject, are notions that play an important role as axiological axis on which positive or negative ratings of the city are generated. In our case the judgment of ugly value. We have turned out to call this process here, the construction of an aesthetic of everyday life.

¹ Esta disertación hace parte de una serie de reflexiones frente a la construcción de determinadas estéticas en el espacio urbano, cuestión que genera, a partir de la relación sujeto/ciudad, la transversalización de rutinas, hábitos, estilos de comportamiento, rituales, políticas públicas, entre otras tantas variables, que influyen en lo que aquí se denomina una *estética de la cotidianidad*.

² Docente del Programa de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad del Quindío. Correo Electrónico: jhmorales@uniquindio.edu.co

Keywords Representation, interaction, perception, aesthetics, everyday, city, ugly, subject.

La representación de lo *feo* referida a algunos lugares dentro del espacio urbano, influye en la *relación* que los individuos pueden llegar a tener con la ciudad y en la *percepción* que se puede generar de la misma. Considerando que las ciudades son espacios en donde las *interacciones* entre sujetos, objetos y lugares son constantes e insoslayables, la siguiente disertación se desarrollará tomando como base la idea de una *estética de la cotidianidad* construida a partir de la relación del sujeto urbano con su entorno. Esto último abordado desde el carácter *generativo/constructivo* de la *representación* como conocimiento individual y colectivo emanado de la experiencia adquirida en la vida cotidiana dentro de la ciudad, pues las personas conocen la realidad que les circunda mediante explicaciones que extraen de los procesos de *comunicación* y del pensamiento social (Araya, 2002). De este modo, una sociedad deja entrever sus formas de *percepción* y consecuentemente de *representación* de su realidad.

Ahora bien, imágenes, conjuntos de significados, colores, formas, lugares y elementos susceptibles a la percepción, que hacen parte de lo que podríamos denominar una *estética de lo cotidiano* dentro del espacio urbano, intervienen de manera decisiva en los modos de *representar* e identificar la ciudad.

Es necesario mencionar que el concepto de la fealdad debe ser tenido en cuenta como atributo y/o juicio de valor relativo que se construye en el marco de la estética y que, de acuerdo a nuestros intereses, marca un punto de partida para la comprensión de algunas acciones de tipo individual y colectivo que se generan en la relación sujeto - ciudad.

Si se entiende la *fealdad*³ como un desequilibrio en la relación orgánica entre las partes de un todo (Eco, 2007), o sea, lo amorfo; asimétrico, degradado, irregular, anómalo (extraño), y la *estética de la cotidianidad*, en el marco de lo urbano, como un recurso de afirmación de identidad, dado que esta debe de estar mediada por la expresión individual de los actores sociales en su conjunto, pues lo que una sociedad reconoce como suyo es aquello que le *significa* y con lo que se identifica en tanto símbolo de identidad colectiva, tenemos que ambas encuentran su punto de unión en la *percepción*. Entendida esta última como proceso *cognoscitivo* que permite interpretar y comprender los distintos tipos de entornos a los que se enfrenta el sujeto urbano.

La *percepción* incluye la obtención y el procesamiento de información tanto a nivel individual como colectivo. De lo anterior, la *representación* surge, desde la *percepción*, como un fenómeno específico que permite relacionar, entender y comunicar la realidad. En un sentido más amplio se establece como:

Constructo cognitivo compartido en la interacción social cotidiana que provee a los individuos de un entendimiento de sentido común, está ligada con una forma especial de adquirir y comunicar el conocimiento, una forma que crea realidades y sentido común. Se enmarca en un sistema de valores, de nociones y de prácticas relativas a

³ Concepto inherente a la noción de estética.

objetos, aspectos o dimensiones del medio social, que permite, no solamente la estabilización del marco de vida de los individuos y de los grupos, sino que constituye también un instrumento de orientación de la percepción de situaciones y de la elaboración de respuestas. (Pérez, 2012)

En esta medida, y para ser un tanto enfático, la disertación de la *representación* de lo feo abordado desde una *estética de lo cotidiano en la urbe*, es un insumo valioso para el entendimiento de la relación *sujeto-ciudad*.

De tal manera, estas líneas constituyen la posibilidad de evidenciamiento de las relaciones cotidianas que se originan entre los habitantes de la ciudad y su entorno inmediato. La manifestación de ciertas actitudes, como la no frecuentación a ciertos sitios y la generación de determinadas sensaciones como la *inseguridad*, el *miedo* y la *incertidumbre*, son algunas de las derivaciones que se originan a partir de la identificación, y por ende, *representación* de algunos lugares como *feos*.

Tenemos que el estudio de las representaciones sociales ha tomado fuerza en los últimos tiempos, aspectos relacionados con las categorías de estudio; tópicos y formas de significar han sido abordados por diferentes posturas y propuestas investigativas que van desde Émile Durkheim, pasando por Georg Simmel y George H. Mead. Sumado a los anteriores nombres se encuentra el de Serge Moscovici (Brăila, Rumania - 1925). En su *Teoría de las Representaciones*, Moscovici menciona que estas son una modalidad particular de conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos (Mora, 2002). Razonamiento de suma importancia que desde este punto será tomado en cuenta.

Las representaciones sociales pueden ser igualmente esquemas a través de los cuales las personas conocen la realidad que les circunda mediante explicaciones que extraen de los procesos de comunicación y del pensamiento social (Araya, 2002). Las representaciones sintetizan dichas explicaciones y en consecuencia hacen referencia a un tipo específico de conocimiento que juega un papel crucial sobre cómo la gente piensa y organiza su vida *cotidiana*: el conocimiento del sentido común (percibir, razonar, actuar, entre otros).

Así, la relación entre las personas y su entorno permite, a partir de esquemas comunicativos y psicosociales, la formación de la *representación*. Esta última es pues, un modo de definir el mundo e instruir a las nuevas generaciones sobre hechos, fenómenos, lugares y realidades que colectivamente se han definido.

Por otra parte, si se entiende, *la estética* como un campo de estudio donde se relacionan objetiva, epistémica e históricamente los conceptos de *belleza* y *fealdad*, en lo referente a la esencia (lo inmanente) y la percepción de las cosas (a su materialidad), y lo urbano como un producto material en relación con otros productos materiales, entre ellos los hombres y los objetos, los cuales contraen determinadas relaciones sociales que le dan al espacio una *forma*, *una función* y *una significación social* (Acuña, 2005), tenemos que *la estética de la cotidianidad en el marco de lo urbano*, está constituida mediante la correspondencia de las dos definiciones anteriores, lo que hace referencia a las transformaciones perceptibles y conceptuales que se dan por medio de la interacción *material e inmaterial* (significante) entre la ciudad y las personas que la habitan. En esta medida, el modo de percibir y aprehender el

objeto estético -diremos la ciudad en partes y conjunto-, se encuentra unido a los eventos de orden histórico y social. En un espacio determinado no solo cambian las formas de vida en los colectivos humanos, también se alteran maneras y sistemas de percepción (Varón Ospina, 2005). Por ello, podría apuntarse que la introducción de nuevas prácticas sociales, culturales, nocionales y la permanencia de algunas otras, media en la forma de ver y aprehender la ciudad como un *objeto estético*.

De lo mencionado en la parte inicial del párrafo anterior, respecto a la *estética de la cotidianidad*, el concepto de la *fealdad* será el siguiente término a referir. Lo *feo*, entendido clásicamente como la oposición a lo *bello*, es decir, la falta de proporción, de longitud, que determinaba dentro de algunos cánones clásicos la nominación categórica de *feo*, juega un papel significativo aquí, dado que sobre dicho término es que giran las nociones antes abordadas. Ahora, si la *fealdad* es tomada como una simple antítesis de la *belleza* se puede correr el riesgo de entrar en una querrela discursiva entre los postulados disciplinares y multidisciplinares actuales y clásicos -discusiones que giran en torno a la fealdad y la belleza física o moral, belleza y fealdad artística, entre otras derivaciones⁴-, dado que la noción de lo que significa *bello o feo* ha cambiado considerablemente a través de la historia y consecuentemente sus referentes han sido modificados. El enmarañado relativismo puede hacer su aparición aquí. Como dice Umberto Eco:

La fealdad o la belleza depende de las épocas y de las culturas, lo que era inaceptable ayer puede convertirse en lo aceptado de mañana, y lo que se considera feo puede contribuir en un contexto adecuado a la belleza del conjunto (Eco, 2007).

La definición del término *feo* no depende pues de un confuso divagar conceptual. Para precisararlo se deben considerar aspectos como el contexto, la organización política, económica y cultural de cada sociedad en la que se gesta y utiliza el término. Prosiguiendo con los intereses de este escrito, la noción de *fealdad formal*, como categoría planteada por Eco en su libro *La Historia de la Fealdad*⁵, es expuesta aquí de igual forma. A este respecto, se debe indicar que el concepto de lo *feo* es abordado por Eco desde lo canónico, o sea lo establecido mediante imposiciones sociales que se articula a las variables socio-políticas, psico-sociales, político-culturales, ético-morales, entre otras.

En consecuencia, lo *feo formal*⁶ se constituye, como ya se había mencionado anteriormente, “*como un desequilibrio en la relación orgánica de las partes de un todo*” (Eco, 2007), o sea;

⁴ A propósito de estas discusiones: Aumont, Jacques. (2001). *La estética hoy*. Ediciones Cátedra. Grupo Anaya. S. A. Madrid - España. Beardesley, Monroe. Hospers, John. (1997). *Estética: historia y fundamentos*. Madrid - España. Ediciones Cátedra, S.A. Eco, Umberto. (1970). *La definición del arte: lo que hoy llamamos arte ¿ha sido y será siempre arte?* - Barcelona - España. Diagràfic, S.A. Friedrich Hegel, Georg Wilhelm. (1989). Traducción de Raúl Gabás. *Lecciones sobre estética*. Nova Gràfik S.A. Barcelona, España. Traducción de la edición Suhrkamp de 1970. Título original: *Vorlesungen Über die Ästhetik*. Berlín, Alemania. Además de Schopenhauer y su *Die Welt als Wille und Verstellung* y Nietzsche con *Dir Wille zur Macht* o en *Die Geburt der Tragödie aus dem Geiste der Musik*”.

⁵ En este libro Umberto Eco aborda tres categorías de análisis, mediante las cuales intenta dar cuenta de *La Historia de la Fealdad*. Estas categorías corresponden a: la fealdad en sí misma, la fealdad formal y la representación artística de ambas.

⁶ Nominación que utiliza el autor y que aquí se retoma.

lo amorfo, asimétrico, degradado, irregular, anómalo (extraño/alterado), de la unidad. Estos últimos términos son considerados por el autor como condición y atributo de la materia a la que se hace referencia. Teniendo en cuenta que la noción de *lo feo formal* se construye a partir de los consensos sociales establecidos mediante los convenios formales y no-formales⁷, ya que en un sentido más específico, por ejemplo el artístico, puede variar, pues la fealdad no debe ser definida como un todo, tenemos que algunos rasgos determinantes en la calificación del objeto referenciado como *feo*, pueden presentarse como ambigüedades.

Para procurar una definición más pertinente, que contribuya a los intereses de esta breve disertación, podría citarse nuevamente a Eco, quien a su vez alude a Nietzsche y su texto *El Crepúsculo de los Ídolos*. En él, Nietzsche menciona que en lo bello el hombre se pone a sí mismo como medida de la perfección y se adora en ello. Continúa este último autor:

El hombre en el fondo se mira en el espejo de las cosas, considera bello todo aquello que le devuelve su imagen [...] Lo feo se entiende como señal y síntoma de degeneración. Todo indicio de agotamiento, de pesadez, de senilidad, de fatiga, toda especie de falta de libertad en forma de convulsión y parálisis; sobre todo el olor, el color, la forma de la disolución, de la descomposición... Todo esto provoca una reacción idéntica, el juicio de valor feo (Eco, 2007)

Se pregunta Eco a propósito de esta cita: ¿A quién odia aquí el hombre? Y responde a la vez: no hay duda, odia la decadencia de su tipo. En esta medida, Eco concluye mencionando que el argumento de Nietzsche es narcisistamente antropomorfo, pero esto nos dice precisamente que belleza y fealdad están definidas en relación con un modelo específico - el hombre como unidad y medida - y la noción de especie se puede extender de los hombres a toda su realidad - objetos, sujetos, lugares, entre otros - (Eco, 2007).

De acuerdo con Eco, puede manifestarse que dentro de la ciudad y su cotidianidad las personas referencian, a través de sí mismas, mediante reconocimiento y vinculación, como *feos o bellos* algunos objetos, formas y lugares. Esto último, dependiendo del contexto en el que el juicio de valor se construya. Los sujetos que toman partido *axiológico* dentro de una ciudad realizan ciertas acciones que los llevan hacer uso y a tomar pertenencia sobre esta, por ejemplo el tránsito por una calle de gran valor histórico, la reunión en ciertos lugares o establecimientos de diferente razón social e incluso, en la antítesis de la situación, el soslayo de algunos otros espacios que pueden llegar a generar por sus atributos valoraciones negativas (inseguridad, miedo, repulsión). Así, lo *feo formal*, abordado desde la *estética de la cotidianidad* urbana, expresa la respuesta del individuo concreto frente a su experiencia, de tal manera que el saber se convierte en acción y unida a la acción está la conciencia individual como el origen del conocimiento y de la acción colectiva (Varón, 2005). Ahora, a través de esto se puede distinguir un proceso de interacción social que implica una reciprocidad constante entre las personas, los objetos y ambientes, que a su vez provee a los sujetos de un entendimiento de sentido ligado con una forma específica de adquirir y comunicar el conocimiento y la información en todas sus dimensiones.

⁷ A este respecto, el conocimiento que se construye en la cotidianidad de las relaciones comunicacionales de las personas y la influencia de las instituciones reguladoras de la información formal (medios de comunicación, ministerios, empresas, fundaciones, entre otros).

Como ya se ha indicado, las formas, objetos y lugares son sólo reconocibles mediante un proceso de *percepción*. Inicialmente, la percepción determina la entrada de información y en luego garantiza que dicha información, tomada del ambiente, permita la generación de abstracciones -juicios, categorías, conceptos, nociones-. (Oviedo, 2004). Por tanto, se puede aseverar que de la enorme cantidad de datos arrojados por la experiencia sensorial cotidiana dentro de la ciudad (luz, calor, sonido), los sujetos perceptuales toman tan solo aquella parte susceptible de ser agrupada en la conciencia para generar una representación mental (Oviedo, 2004), y de esta forma establecer abstracciones con diferentes grados de complejidad, esto según el número de nociones que sean relacionadas.

Ya que *interacción* y *percepción*, como se ha aclarado anteriormente, son categorías complementarias dentro de la *representación*, el concepto de lo *feo formal* y su relación con la *estética de la cotidianidad urbana*, toma aquí el rumbo que inicialmente se ha planteado. Diremos pues que si la representación comprende formas de *conocer* y *reconocer* la realidad circundante, la *percepción* e *interacción* obedecen al modo en que los individuos se apropian de la información *formal e informal* para construir la representación del entorno inmediato. Dicha representación puede encontrar su objeto referencial en la realidad material o inmaterial. Lo que significa que también puede prescindir del *objeto estético* (mediante razonamiento abstracto). Como lo dirá Mukařovský, hablar de artefacto (objeto) no es aludir al aspecto material, sino a aquella *significación* que posee dicho artefacto o fenómeno, por lo que este pasa a ser un objeto para un sujeto, es decir pasa a ser vehículo de un determinado tipo de comunicación: la comunicación estética, que es esencialmente una abstracción. Sin embargo, en este caso, cuando se habla de la representación de lo *feo formal* y su encarnación en la ciudad, se debe hacer alusión al referente sobre el que reposa el concepto *feo*, más aún, si se alude a espacios físicos como lugares, calles, parques con determinados atributos.

Con base en lo antes planteado, una sucinta descripción conceptual respecto del *cómo las formas comunican* el sentido y el cómo varía esto de acuerdo con las circunstancialidades de tiempo y espacio, es el siguiente paso a seguir. Parafraseando a Eco, podríamos subrayar que la *forma del objeto estético* denota la función basándose solamente en un sistema de expectativas y de hábitos adquiridos, y por lo tanto, apoyándose en un código o códigos que se establecen social y culturalmente. A tal respecto, nos menciona Jean Marie Klinkenberg⁸ (2006), que el individuo desglosa el mundo de acuerdo con su cultura, sus tradiciones, pero también según sus necesidades vitales y los estímulos a los que es confrontado.

Cabe aclarar que la *superposición* de códigos que connotan respecto de las formas que denotan, es una constante a nivel histórico y social en lo referente al devenir social y la estética, pues por medio de sub-códigos connotativos (códigos de orden secundario que se fortalecen con el tiempo) y que se basan en las convenciones culturales y en el patrimonio del saber de un grupo y una época determinados, marcados además por un ámbito ideológico particular y congruente con ellos, el reconocimiento de ciertos fenómenos, formas y objetos como estéticamente agradables o no (*feos o bellos*), varía significativamente.

⁸ Catedrático de ciencias del lenguaje en la Universidad de Lieja (Bélgica). Miembro de la Real Academia de Bélgica y presidente de la Asociación Internacional de Semiótica Visual.

El sentido proviene de una *interacción* entre los estímulos y los modelos, entre la realidad y los signos. Ello supone un movimiento doble, que va del mundo al sujeto semiótico y de éste al mundo (Klinkenberg, 2006). Así pues, Fenómeno social y cultural que solo es posible a través de un proceso sucesivo de sustitución de la información precedente. Espacio propicio para que la representación surja y con ello la variabilidad en la significación. Así, el *objeto estético* – en nuestro caso la ciudad o alguno de sus lugares- puede prescindir, en alguna medida, de su función material (utilitaria) y abocarse a otros planos de la significación, a los planos de las *funciones simbólicas*. Caso particular el de los *objetos o formas* que se inscriben en el ámbito de la *estética cotidiana en la urbe*. Allí, estos pueden interpretarse a la luz de otros códigos de significancia que no obedecen propiamente al *uso práctico o funciones previstas* con las que fueron concebidos inicialmente (calles, fachadas, parques...). Ejemplo de lo anterior podría ser la utilización de una calle para una fiesta, la intervención de una pared para dibujar un grafiti, el uso de las instalaciones de un puente o un caño por parte de los habitantes de la calle, caso Bogotá, Medellín o Cali (Colombia), como albergue temporal. En términos generales, una deformación progresiva de las funciones ya conocidas, lo que genera una reorientación en el uso y, consecuentemente, una resignificación de los lugares y las formas. En esta disertación, como se ha indicado, el énfasis está marcado por los usos o desusos que llevan, bajo la atribución de *feos*, a la construcción de una representación negativa de algunos lugares o zonas dentro de la ciudad.

La información que se genera a nivel individual y grupal sobre los aspectos perceptuales y representacionales de dichos lugares, permiten la localización/selección de los mismos y la regulación o reorientación de las actividades que allí tienen lugar. De esto la generación de una especie de derroteros urbanos. Lo anterior se da en torno de lo que hemos resuelto denominar como una *estética de la cotidianidad urbana*, la cual permite en última instancia la calificación (forma de evaluación y valoración) de la ciudad por parte de sus habitantes.

Referencias bibliográficas

- ECO, Umberto. (1970). *La definición del arte: lo que hoy llamamos arte ¿ha sido y será siempre arte?* Barcelona: Diagràfic, S.A.
- ECO, Umberto. (2007). *Historia de la fealdad*. Italia: Borgaro Torinese (TO).
- Klinkenberg, J. (2006). *Manual de semiótica general: Capítulo V “Las familias de los signos” Numeral tres: retorno a las nociones de arbitrariedad y de motivación*. Bogotá: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Mukařovský, Jan. (1997). *Escritos de estética y semiótica del arte*. Colección Comunicación Visual.. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Silva, Armando. (2004). *Imaginario urbano: hacia el desarrollo de un urbanismo desde los ciudadanos. Metodología*. Bogotá: Convenio Andrés Bello y Universidad Nacional de Colombia.

- Varón, A. (2005). *Walter Benjamín, pensador de la ciudad: usos y recepciones en América Latina*. Maestría en Comunicación Educativa. Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira
- Acuña, P. (2005) *Análisis formal del espacio urbano: aspectos teóricos*. Instituto de Investigación de la Facultad de Arquitectura Urbanismo y Artes. Recuperado de [http://www.urbanoperu.com/filesitos/analisis%20espacial%20urbano\[1\].pdf](http://www.urbanoperu.com/filesitos/analisis%20espacial%20urbano[1].pdf)
- Mora, M. (2002) *Teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici*. <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/viewFile/55/55>
- Pérez, I. (2012) *La Teoría de las representaciones sociales*. http://www.psicologia-online.com/articulos/2007/representaciones_sociales.shtml