

GUSTO Y COTIDIANIDAD: UNA PUNTUAL MIRADA HISTORICA Y UN OBLICUO GUIÑO HACIA EL PRESENTE.

ROMAN DE LA CALLE

Presidente de la Real Academia de Bellas Artes de San Carlos de Valencia (España)

Resumen

El tema de la dualidad funcional existe entre "la persuasión por el convencimiento" (la ratio) y "la persuasión por el agrado" (le goût) se imbrica directamente en el ámbito de la comunicación, que ya en el siglo XVIII se convierte en palanca básica de la "société polie et mondaine", aunque será en el XVIII cuando llegue a sus máximas cotas, en la efervesciente vida desarrollada en el contexto de los salones. Se arranca de las figuras de Blaise Pascal y de Antoine Gombauld (Chevalier de Méré), para procurar el acercamiento hacia la teoría del gusto y sus relacionamientos con el humanismo mundano: "les honnêtes gens" y sus diálogos entre ética y estética, pasando por la crítica erudita vs. la crítica mundana, hasta llegar a la práctica y la justificación de los juicios del gusto. Desde tales supuestos históricos, se reconsidera asimismo, brevemente, el contexto y la praxis de la cotidianidad actual, al socaire de la educación estética, de sus posibilidades, transformaciones y antecedentes.

Palabras clave:

Agrément / Bienséance / Vie mondaine. Gusto / Sentimiento / Dimensión estética y dimensión social. Salones literarios y artísticos. Blaise Pascal / Chevalier de Méré.

Siempre es importante ver el ayer desde el hoy y juzgar la actualidad desde sus orígenes.

R. C.

Blaise Pascal (1623-1662) en su obra *L'art de persuader* (1658) matizaba claramente la existencia de dos maneras fundamentales de ganarse y de atraer a

las personas hacia sí: la de *convencer* y la de *agradar*. Por su parte, en cuanto filósofo, se proponía --como programa y estrategia general para sus escritos y más en concreto para el desarrollo del texto citado-- abordar metodológicamente el primero de los modos: *la persuasión por el convencimiento*, es decir por la argumentada vía de la razón.

Reconocía asimismo --en la introducción al citado trabajo-- que el estudio y el análisis del otro camino metodológicamente apuntado, el de *la persuasión por el agrado*, suponía --al menos, en particular, para él-- una tarea francamente desproporcionada e inasequible, superior a sus fuerzas y capacidades. Tal confesaba. Pues aunque dicho quehacer se le presentaba, en cuanto objetivo concreto a investigar, como un proyecto sin duda tan difícil como útil y admirable, sin embargo afirmaba, con sinceridad, sentirse ciertamente incapaz de abordar dicho tema, con una mínima solvencia y dominio de la situación, toda vez que los enigmáticos principios de *l'agrément* --del placer que conlleva y supone paralelamente el agrado-- no los consideraba, en absoluto, ni fácilmente asequibles en vistas a su posible definición, ni tampoco lo suficientemente estables como para poder abordar, con relativa seguridad, sus correspondientes análisis.

A pesar de todo ello, Blaise Pascal dejaba caer, sutil y estratégicamente, que, por su parte, conocía en concreto a una persona que sí que podría asumir y desarrollar dicha tarea, con sumo éxito, dadas “sus claras y abundantes luces” en ese particular *ámbito socioestético de la cultura*. De hecho, aunque no llegara a citarle, sabemos, con certeza, por otras fuentes, que se refería a Antoine Gombauld (1607-1685), conocido históricamente como Chevalier de Méré, con quien había tenido la oportunidad de relacionarse, en una serie de fértiles encuentros intelectuales, mantenidos aproximadamente en torno a los años de 1653 y 1655¹.

Ciertamente, Antoine Gombauld --a quien citaremos, a partir de ahora, simplemente como Méré-- fue el escritor de su época que más se preocupó por estudiar el evasivo tema de *l'agrément*, cuestión ésta que aflora intermitentemente y por doquier en sus numerosos escritos, aunque es, de manera muy especial, en su *Discours des Agréments*, donde aborda, con mayor minuciosidad, el problema de *la persuasión por el agrado*, recogiendo así, quizás, el reto y la sugerencia explícitamente apuntados --unos años antes-- por el propio Blaise Pascal².

Desde esta particular óptica histórica, nos interesa claramente puntualizar

1 Para una mayor información, en este sentido, remitimos a las obras siguientes: Maurice Magendie *La Politesse mondaine et les théories de l'honnêteté en France au XVIIe siècle de 1600 a 1660*. París, 1925; Jean-Pierre Dens *L'honnête homme et la Critique du Goût*. French Forum Publishers. Lexington. Kentucky, 1981. Por nuestra parte, seguiremos informativamente, en esta ocasión, los planteamientos, sobre todo, del segundo de los textos referenciados.

2 Chevalier de Méré *Oeuvres complètes*. Les Belles Lettres. París, 1930; también *Lettres*. París, 1682; y *Divers propos du Chevalier de Méré (1674-1675)* publicados en las entregas de la *Revue d'Histoire Littéraire de la France*, nº 29-31 (1922-1924).

el contexto, a partir del cual Méré plantea su estudio sobre *l'art de plaire* : ese singular arte de agradar que iba, sin duda, a representar, para la época, una baza socioestética fundamental, como fulcro de la propia *teoría del gusto*, ya entonces emergente y revulsiva --en aquella segunda mitad del siglo XVII-- justamente cuando el marco del clasicismo francés pulsa e inicia su comprometido encuentro con el revulsivo espíritu del barroco.

¿No se ha hablado precisamente, e incluso con cierta asiduidad, de la sugerente existencia de una serie de determinadas analogías posibles de establecer entre la postmoderna época nuestra, recientemente atravesada y rápidamente lejana ya --del pasado *fin de siècle*-- y aquella otra coyuntura histórica a la que estamos ahora haciendo puntual referencia? De hecho, no faltaron quienes acuñaron, quizá oportunamente, la categoría cultural de *neobarroco*, para poder dar así una satisfactoria cobertura explicativa a la concreta situación existencial --y estilística--, que nos circundaba hace tan sólo unos lustros y que, con la vigente crisis que nos azota en desmesura, nos parece ya incluso hasta excesivamente alejada³.

Pero, procedamos por partes y maticemos, primeramente, el hecho de que tanto *la polémica en torno al gusto* --asumido como criterio de enjuiciamiento estético-- como el creciente *culto al arte de agradar* son dos fenómenos históricos que indudablemente se enmarcan, a su vez, bajo el fuerte influjo socioestético de la teoría de *l'honnêteté*, la cual adquiere su máximo desarrollo entre 1660 y aquel otro final de siglo, donde se fraguaba ya --de forma evidente-- una de las crisis mutacionales de la conciencia europea, justamente en el tránsito hacia el XVIII⁴.

Sin duda, socialmente, el ideal humano con mayor resonancia y vigencia en la época se perfila en torno a la élite de *les honnêtes gens*. Pero haríamos un flaco favor a la verdadera teoría de *l'honnêteté* si nos limitáramos --de manera simplista-- a traducir tal término, literalmente, por "honestidad". Bien es cierto que ese complejo concepto cubría, en su uso, un amplio campo semántico de múltiples interrelaciones, donde las dimensiones de lo social, lo estético y lo moral se imbricaban plena e intensamente. Sin embargo, predominaba ante todo --como fundamento de *l'honnêteté*-- un intenso y versátil *humanismo mundano*, es decir una especie de filosofía totalmente intramundana, capaz de manifestarse --en sus a menudo sofisticadas normas y códigos de conducta-- pública, educada y convenientemente (*decorum*) como *ars vivendi*. Se trataba del arte de vivir, propio del hombre de mundo.

La teoría de *l'honnêteté* no apelaba pues, de suyo, al sujeto individual sino más bien al *homo socius*, es decir al sujeto que directamente celebra e

3 Consúltese al respecto: AA.VV. *Barroco y Neobarroco*. Cuadernos del Círculo. Madrid, 1992; Omar Calabrese *La Era Neobarroca*. Edit. Cátedra. Madrid, 1989.

4 Paul Hazard (1878-1944) *La Crise de la conscience européenne 1680-1715*. Edic. Fayard. París, 1961. Hay edición castellana de este texto: Alianza Editorial, Madrid, 1988.

incorpora en sí mismo las virtudes de la sociabilidad, dotándose, por ello, del intenso *deseo de agradar* y de la necesidad estricta de adecuarse al contexto público, al que de hecho pertenece y en el cual se halla certeramente integrado, así como asumiendo la paralela apetencia de *hacerse estimar* igualmente por él⁵.

Por lo tanto, *les honnêtes gens* pueden, con total facilidad y pertinencia, asimilarse a un auténtico *happy few*, es decir a un selecto grupo social que --explícita o tácitamente-- comparte e intercambia preferencias estéticas, maneras de comportamiento, formas de interacción comunicativa, costumbres e incluso rasgos ideológicos, aunque siempre en el marco de un pautado hedonismo, propio y, sin duda, caracterizador de la vida mundana.

Será así, sobre todo en la dinámica histórica de los Salones --el marco adecuado y selecto, por antonomasia, para tales relaciones sociales--, donde se desarrolle eficaz, agradable y convenientemente *el arte de la comunicación*.

De hecho, ese concreto modo de vivir, por el mundo y para el mundo, por la sociedad y para la sociedad, --donde lo que importa siempre es la apariencia agradable, es decir la imagen personal que exteriormente debe manifestarse en su plenitud, y que es la que, en última instancia, define al sujeto ante los demás-- ese compartido "modus vivendi" --decíamos-- descubre y radica en él mismo su propio y radicalizado fin y, consecuentemente, encontramos ya en su inmediata existencia su plena y mejor justificación.

De ahí, también, el relevante papel, desde el punto de vista social y cultural, que en ese concreto marco existencial e histórico desempeña la destacada figura de la mujer⁶.

En realidad, antropológicamente, cabe hablar de una especie de *transmutación estética*, de una radical *acentuación del gusto*, mediante la cual el sujeto se sublima, liberándose incluso de determinadas obligaciones morales, en favor de aquellos valores y cometidos estéticos que comporta y exige el definitivo culto a la exterioridad, a la dimensión de la apariencia, vivida en el marco público donde, por cierto, se establece y realiza *el yo social*.

Es justamente dentro de esta particular concepción de la existencia, donde

5 Antecedentes históricos ejemplares del concepto *d'honnête homme*, podrían ser el *kalonkagathon* griego, el *vir honestus/urbanus* latino y, muy especialmente, *Il Cortegiano* perfilado por B. de Castiglione en su influyente y paradigmática obra de 1528.

6 Roger Lathuillère *La Préciosité. Etude historique et linguistique*. Edit. Droz. Ginebra, 1966; Ian McLean *Women Triumphant (1610-1652)*. Oxford University Press. Oxford, 1977; Carolyn Longée *Le Paradis des Femmes: Women, Salons and Social Stratification in Seventeenth Century France*. Princeton University Press. Princeton, 1976. R. Bray *La préciosité et les précieux. De Thibaut de Champagne à Jean Giradoux*. Nizet. París. AA. VV. *Feminismo e Ilustración*. Instituto de Investigaciones Feministas. Universidad Complutense. Madrid, 1992. Recomendamos el texto de Mme. De Lambert (Anne Thérèse de Marguessat de Courcelles, 1647-1733) titulado *Réflexions nouvelles sur les femmes*, que traducido y prologado por Rosa María Rodríguez Magda, se ha incluido, en la colección "Biblioteca" del Museu Valencià de la Il·lustració i de la Modernitat (MuVIM) con el nº 5. Valencia, 2007.

el Chevalier de Méré avanza una crucial definición de *l'honnêteté*, que incluye algunos de los rasgos fundamentales que, según él, la caracterizan:

“Si alguien me preguntase en qué consiste *l'honnêteté*, le diría que no se trata de otra cosa sino de destacar abiertamente en todo cuanto tiene que ver con *les agréments* y *les bienséances* de la vida misma”⁷.

Con tal escueta formulación nos encontramos, ni más ni menos, directamente frente a dos conceptos-clave, que nos interesa considerar algo más detenidamente: el de *l'agrément* y el de *la bienséance*. Ambos desempeñan, desde el punto de vista histórico, funciones fundamentales, tanto en el campo de la reflexión estética (concretamente en la teoría del gusto) como en la vertiente prioritariamente social de *la vie mondaine*.

Por cierto, no debemos minimizar, en ningún caso, la estrecha e íntima correlación existente --y a veces inexplicablemente olvidada-- entre *dimensión estética* y *dimensión social*. Lo cual nos llevará, al menos metodológicamente, a tener muy presente el hecho de que --sobre todo en el contexto histórico que comentamos-- los criterios que regulan la vida en la *société polie*, no son nunca del todo diferentes de aquéllos que funcionan, en su caso, como normas del juicio del gusto, concretamente en el ámbito de los hechos artísticos y literarios.

(a) Sin duda, en una sociedad que ha erigido el arte de agradar en auténtico canon estético y moral, la búsqueda explícita de *l'agrément* se convertirá, de pleno, en una de sus básicas preocupaciones. Se trata de subrayar --desde la óptica simultáneamente compartida por la teoría del gusto y por la teoría de *l'honnêteté*-- la total prioridad concedida a una estética de los efectos, es decir a una estética de la expresividad, así como a un evidente pragmatismo mundano, que exigen, ante todo, que el comportamiento del sujeto, en sociedad, sea eficazmente agradable y pautado.

Les honnêtes gens ponen directamente en valor toda su persona, todas las estrategias de la seducción a fin de persuadir, de ganarse al otro, es decir a los demás. Y agradar --desde esta perspectiva-- supone, además, conocer ampliamente los resortes y repliegues del corazón humano, para actuar en consecuencia.

No en vano, desde una dimensión semiótica --que considera el conjunto de nuestras manifestaciones personales como signos-- los significantes --es decir todo lo exterior-- se convierten realmente en el punto central de cualquier referencia. Por eso el arte de agradar implica claramente una *estética visual*, donde lo que se juzga, lo que es objeto del gusto, es la propia apariencia, es decir los juegos del lenguaje, del gesto, del vestido, de los adornos y de toda nuestra exterioridad abierta directamente a la comunicación. Nunca con más razón la vieja metáfora etimológica, de raíz griega, que definía, teatralmente, el concepto de *persona como máscara* --como estrategia de representación-- ha tenido históricamente más peso ni mayor sentido.

7 Chevalier de Méré *Oeuvres complètes* (cit. supra), III, página 77.

(b) Pero si *la persuasión por el agrado* constituye el enfoque dominante del sujeto --siempre al socaire de la teoría de *l'honnêteté*--, en lo que respecta al contexto público y social de esa misma teoría, es ni más ni menos la noción de *bienséance* (que viene a recoger a su vez, históricamente, el viejo concepto latino de "*decorum*") la que se transforma asimismo en su auténtica guía y en obligado referente/norma de su comportamiento.

Esta noción, que podríamos traducir efectivamente como lo conveniente, lo adecuado, lo oportuno --lo "*comme il faut*"-- está, casi por igual, saturada tanto de *temporalidad*, ya que se adscribe a cada momento y contexto determinado, como de *permanencia*, en la medida que también parece imponernos, a ultranza, una cierta normatividad, unos límites quizás flexibles, pero no por ello inexistentes.

La bienséance --como conveniencia y adecuación-- se instituye así en elemento fundamental de cara a entender e incorporar la noción de buen gusto. Ese *bon goût* que tanto preocupaba a los clásicos --por igual-- en el quehacer artístico y en las pautas del comportamiento: *les manières* como código de etiqueta básico e imprescindible en el ámbito mundano.

Desde esta doble óptica, que acabamos de comentar, --con la suma de *l'agrément* y de *les bienséances*-- se activa directamente el juicio del gusto, pero teniendo bien en cuenta que si, en realidad, se trata de enjuiciar a los sujetos / a las personas, tal proceso no se lleva, en realidad, a cabo sino en función del conjunto de las plurales relaciones --positivas o negativas, según los diversos efectos producidos-- que dichas personas establecen y mantienen con los demás.

No en vano el sujeto --desde esta óptica-- es, ante todo, un ser social --*homo socius*-- que se mueve en el resbaladizo tablero de ajedrez de la vida mundana. Y allí juega plenamente sus partidas y sus apuestas. Mientras que "los otros"/"los demás" --en ese mismo ámbito de juego--, consecuentemente, se transforman y convierten en su espejo, es decir trenzan y multiplican los hilos de la madeja de sus relaciones, ampliándose así --*a fortiori*-- los límites y los efectos, los ecos y la resonancia, las consecuencias y las condiciones de su propia presencia y de su representación.

Trátase de una representación ejercida en pública y sostenida continuidad, mediante la cual el yo profundo del sujeto se manifiesta exclusivamente en sus *formas de exterioridad*, es decir a través de sus maneras y estrategias comunicativas. Una vez más, pues, la persona como máscara, que oculta, filtra y sugiere o comunica. Resumidamente, una serialización de máscaras que, sin duda, expresan y comunican, pero que, a la vez, transforman y disimulan. Con lo cual la representación deviene no sólo una nueva naturaleza para el sujeto, sino asimismo le sirve, simultáneamente, de refugio y aventura, de llave y escudo. Pero, en especial, funciona --de cara al sujeto-- en calidad de límite y frontera entre el reducto de la privacidad (obligadamente dejado entre paréntesis, en esos juegos de la representación) y el común dominio de lo público: la puesta en escena.

¿Hasta qué extremo podemos afirmar --en este concreto marco reflexivo-- que la apelación a una coyuntural hipótesis de conexión entre *la estética y la ética personales* podría, al menos, establecerse, a partir de la suposición de la existencia, en medio de ese juego de las representaciones, de una especie de virtual *consonancia musical* --permítasenos el oportuno juego metafórico-- postulada entre la dimensión de exterioridad personal (pretendidamente agradable y adecuada: *bon air*) y un enigmático reducto interior del sujeto que --ciertamente en relación con aquella-- sólo simplemente se presupone?

Sin duda, esa hipótesis se admite como plenamente vigente --en esa histórica y establecida *société polie et mondaine*-- desde el momento en que asume totalmente como suyo el *dictum* de que “se es, simplemente, aquello que se parece ser” (*visage heureux*). Con lo cual --con el triunfo radical de los valores mundanos, propios de la apariencia y de la representación-- aquella sugerida consonancia (musical) entre la intimidad (el ser interior) y la pública escenificación (el yo social) no es sino una estratégica suposición, prácticamente autolegitimadora, es decir un decidido modo de entender y de sublimar también, incluso, el ámbito de lo privado, justamente a través de la pública *moral de la felicidad*, convertida, eso sí, en dilatado espejo lúdicamente compartido, pero --además-- en índice de una concreta situación histórica⁸.

Pero ¿qué papel desempeña *el gusto* --como fundamental categoría estética-- sobre este definido transfondo de la concepción mundana de la *honnêteté*, y --a la par-- en esa oblicua analogía que, a partir de ella, sugerimos en relación a la *cotidiana mundanidad*? Una cotidianidad mundana, hoy puesta de nuevo en primer plano, que desde los diversos *mass media*, invade crecientemente el decurso de nuestra existencia de perplejos receptores, convertida así en la inmediata caja de resonancia, por donde desfilan --cada vez más-- espectáculos propios de *happy few*. Imposible, pues, no mirar hacia el descarnado presente, incluso desde el recorrido histórico que estamos efectuando.

Al fin y al cabo, se trata de un pequeño tránsito sugerido y comprobado: de los *Salones* mundanos del XVII al refugio del salón-comedor actual, donde, a su vez, se desarrolla la liturgia propia de la recepción comunicativa y donde se configuran, asimismo, las huellas del gusto: el ritual de la distinción sigue en marcha.

Ciertamente, el gusto siempre conlleva, como estamos constatando, una doble perspectiva. Vinculado, incluso por definición lexicográfica, a un determinado grado de satisfacción, apela directamente --como bien subrayaron los clásicos teóricos de *l'honnêteté*-- a *l'art de plaire*. Ese *agrément* es *inmediato*, se abre directamente al establecimiento de una especie de simpatía o afinidad

⁸ No en vano, la premisa básica de *l'honnête homme / de l'honnête femme* podría formularse escuetamente: “il faut s’accommoder aux autres et au monde”. Y quizás sea esa acomodación al mundo y a los demás la mejor formulación práctica e histórica de la vieja y clásica noción de *bienséance*.

entre el sujeto y la realidad “degustada”. Supone pues, como facultad discriminadora del sujeto, una *dimensión personal*, que a menudo se califica de innata, espontánea, connatural, quizás reforzada por el marcado carácter frutivo de su respuesta inmediata.

Pero sería ilusorio silenciar o minimizar la *vertiente social* y educacional / adaptativa del propio gusto. Si los clásicos, como hemos visto, hablaban de *les bienséances* (siempre en plural) para traducir eficazmente el viejo concepto de *decorum*, sin duda eran muy conscientes de los plurales lazos condicionantes que el contexto de lo público trenza en torno al perfil personal del sujeto, como *homo socius*.

De este modo, esa doble condicionalidad --personal y social-- anida conjuntamente tras toda habitual concepción del gusto, siempre que no se pretenda radicalmente implantar una versión *insular* del sujeto, ni tampoco proponer a ultranza acuciantes *determinismos* --de peñón fijo-- a aquellas perspectivas sociales intervinientes en los fluyentes hechos estéticos. Más bien deberá subrayarse --como punto de partida y sin unilaterales reduccionismos-- la mutua inseparabilidad de las dimensiones estéticas y sociales.

Es así como el gusto no sólo ha sido históricamente interpretado --en cuanto categoría estética-- como una enigmática facultad discriminadora, selectiva, frutiva *del sujeto* individual (*sentido interno*, era denominado a menudo, en la época), sino que asimismo, pronto fue reconocida y destacada su íntima y paralela tendencia generalizadora. Y, como particular *sensus communis aestheticus*, empírica o trascendentalmente (David Hume / I. Kant), se auspiciaba, con resolución, su virtual carácter compartido, bien sea por generalización empírica o bien por el alcance universalizador que comporta su interpretación como un *a priori* subjetivo⁹.

De hecho, tras ambas características --inmediatez irrecusable y apelación a la universalidad-- la experiencia del gusto, además de la dimensión frutiva personal (*agrément*), apunta, de forma paralela, a la formulación preferencial que supone el *juicio del gusto*. Un juicio estético que, en su vinculación al sentimiento, pronto se distanciaría, del juicio lógico.

Así lo formulará escuetamente el mismo Méré: “El buen gusto consiste en juzgar adecuadamente de cuanto se nos presenta, por medio de *je ne sais quel sentiment*, que funciona más rápido (*plus vite*) e incluso con mayor acierto (*plus droit*) que las propias reflexiones”¹⁰.

9 No entramos aquí en concretas puntualizaciones sobre el tema, por otra parte, ampliamente conocidas ya por los especialistas. En todo caso, sin más especificaciones, consúltense para D. Hume *La norma del Gusto*. Edit. Teorema. Universidad de Valencia, 1980; para I. Kant su imprescindible *Crítica del Juicio*. Edit. Espasa Calpe. Madrid, 1981. Relevante es también el texto de Alexander Gerard, vertido al valenciano, *Assaig sobre el gust*. Servei de Publicacions de la Universitat de València. València, 2002.

10 Chevalier de Méré *Oeuvres Complètes*. (*cit. supra*) I, página 55. La cita pertenece a la “Quatrième Conversation” (1668).

Se deja, de este modo, bien patente que el gusto supone un sentimiento que nos atrae hacia una persona o un objeto, a pesar de que la verdadera raíz, motivadora de tal singularizada atracción, enigmáticamente, se nos escape (*je ne sais quel sentiment*) y difícilmente podamos, por nuestra parte, justificar / argumentar dicho interés preferencial. Por ello, el gusto --como tal-- parece oponerse, decididamente, a los razonamientos deductivos, actuando sin intermediaciones lógicas, toda vez que se trata del establecimiento de relaciones de afinidad inmediata entre el sujeto y el objeto.

Sin embargo, históricamente, esta opuesta dualidad --entre gusto / razón-- pronto intentará a su vez solventarse, lanzando un estratégico puente complementario entre el inicial estrato afectivo del gusto (*sentiment*) y el correspondiente discurso reflexivo (*jugement*), presentándose, de esta manera, la superpuesta actividad de la crítica como la directa expresión razonada del gusto.

Así, por ejemplo, François de La Rochefoucauld (1613-1680) matizará en sus *Máximas* (1665) que “el término “gusto” posee realmente diversas significaciones: una cosa es el gusto, como sentimiento, que nos atrae directamente hacia las cosas y otra el gusto que nos hace conocer y discernir las cualidades de las cosas, mediante la adscripción a determinadas reglas”¹¹. Con ello nos enfrentamos claramente a la histórica polémica entre la beligerante *crítica mundana* --adscrita al *gusto* como criterio definitivo-- y la *crítica erudita*, resguardada al socaire académico de las *reglas*. Toda una amplia saga, cuya inestable sombra no ha dejado de proyectarse sobre el devenir estético posterior y sigue emergiendo.

En realidad, es por esa doble vía --*sentimiento / conocimiento*-- por donde circulará, *mutatis mutandis*, la noción de gusto, penetrando por las puertas de la modernidad --con sus cambios de agujas y obligados transbordos-- sin que ahora podamos, por nuestra parte, detenernos a visitar y describir las diferentes estaciones que han ido enmarcando las distintas etapas de ese histórico viaje, hasta su arribada a los andenes de la postmodernidad del siglo anterior y también a la crítica y difícil actualidad que nos rodea.

Sin embargo ¿qué puede analógicamente vincular --en este particular contexto, que ahora nos ocupa-- aquella histórica estación de salida del XVII, brevemente visitada, con estas otras estaciones *de término* de finales del XX y/o de principios del XXI, en las que hemos aguardado su llegada o invertimos nuestros comprometidos e hipotecados dividendos existenciales?

Por supuesto que, desde aquel punto de partida, hemos constatado la correlación existente entre la teoría del gusto con la teoría de *l'honnêteté* y con la teoría de la crítica. Un triángulo tan sugerente, en su complejidad, como arriesgado en la diversidad de sus determinaciones y cambios.

¿Podría acaso extrapolarse, sobre la actualidad, aquella metafórica relación establecida entre el dominio artístico y el comportamiento cotidiano del *honnête*

11 François de La Rochefoucauld *Maximes suivies des Réflexions diverses*. Edit. Garnier. París, 1967. Página 201. Hay edición castellana en edit. Akal. Madrid, 1984.

homme, en la radical prioridad concedida a los valores mundanos de la apariencia, la representación y la vida social? ¿Sigue siendo ese ideal de mundanidad --en su oposición entre lo público y lo privado-- el lugar de la máscara, del *bon air*, del *visage heureux*, a la zaga siempre de una inquietante moralidad de la felicidad, con el culto al cuerpo, la moda, el éxito inmediato, la calidad de vida y el placer intermitente?

¿Cabe aplicar, en consecuencia, idénticos o similares parámetros y criterios --del gusto y/o de las reglas-- a las manifestaciones artísticas y a las dimensiones de mundanidad, que la *société polie* (los personajes públicos y famosos) articula --como explícitos modelos vigentes-- en esta *estética difusa* --carente, por definición, de utopías y compromisos-- que nos engloba? ¿Hay algo más que *agrément* y *bienséances* en nuestras ligeras exigencias éticas y sociales? ¿Existen, quizás, marcadas diferencias entre el ejercicio actual de la crítica artística y el de la presente y radicalizada crítica social, tal como los medios habituales nos las ofrecen y nos las presentan, con sólo variar de página o quizás, si es el caso, de programa?

Sin duda, se trata de una serie de dispares reflexiones, anotadas simplemente a vuela pluma, por un escueto *flâneur*, no carente, al menos, de una buena dosis tanto de interés como de perplejidad, tras estos primeros lustros intensamente vividos del XXI y los compartidos recuerdos del XX. Interés y perplejidad. Interés, ya que se trata de nuestra vida y de nuestro contexto. Perplejidad, porque este marco de la *société polie* es compatible, *de facto*, con la realidad crítica y cruel, que nos rodea, día a día, en esta crisis de todo tipo, que ha cambiado la sociedad del bienestar, desde parámetros mercantilistas extremos. *Siempre es importante ver el ayer desde el hoy y juzgar la actualidad desde sus orígenes*. Tal es el *motto* que oportunamente hemos hecho encabezar estas reflexiones.

Pero precisamente, por eso mismo, debemos seguir reflexionando --hoy mismo-- en torno al tema de los complejos diálogos existentes entre *el gusto* y *la cotidianidad*, a sabiendas de que su alargada historia, hunde sus raíces en un ayer, que sigue también atrayéndonos y apasionándonos contradictoriamente.