

HACIENDO MUNDO Y HACIÉNDONOS EN ÉL MEDIANTE LA EXPERIENCIA ESTÉTICA

WORLD-MAKING AND MAKING OURSELVES IN THE WORLD THROUGH AESTHETIC EXPERIENCE

Andrea Benezra Cuevas¹
Universidad de Málaga

enviado 22/02/2023
aceptado 17/08/2023

Resumen: Debido a la búsqueda de objetividad y universalidad de la estética filosófica como disciplina académica, la experiencia estética se ha visto enfrentada a la vida cotidiana, perdiendo el enriquecimiento de un contexto y su relación a valores morales, culturales y a la utilidad. Como consecuencia, la falta de reconocimiento de estos valores por parte de la disciplina académica ha conducido a una fragmentación de la experiencia estética que ha concluido en la ignorancia del papel que toma esta en el día a día. En el siguiente trabajo se pretende exponer la necesidad de reconstruir nuevamente la experiencia estética con la vida cotidiana a través del concepto de *world-making* de Yuriko Saito, que consiste en la comprensión del mundo como un proyecto común en el que todos contribuimos mediante las decisiones que tomamos en relación a la experiencia estética. Por otro lado, también se tratará de mostrar por qué tomar conciencia del lugar que tiene la experiencia estética en la vida cotidiana ayudaría a entender la relación que tenemos con el mundo, como consecuencia de la experiencia estética, a través de nuestra acción; y cómo, en definitiva, el impacto de nuestra acción en el mundo revierte sobre nosotros mismos por ser el mundo el sustento de nuestras oportunidades, y en definitiva, de nuestra vida.

Palabras clave: *World-making*, Yuriko Saito, estética de lo cotidiano, acción, experiencia estética

Abstract: Due to the quest for objectivity and universality of philosophical aesthetics as an academic discipline, aesthetic experience has been confronted with everyday life, losing the enrichment of a context and its

[1] (benezra.andrea@gmail.com)

relation to moral and cultural values and utility. As a consequence, the lack of recognition of these values by the academic discipline has led to a fragmentation of aesthetic experience that has resulted in ignorance of the role aesthetics plays in everyday life. In the following paper, the need to reconcile aesthetic experience with everyday life will be presented through Yuriko Saito's concept of world-making, which is an understanding of the world as a common project to which we all contribute through the choices we make in relation to aesthetic experience. On the other hand, it will also try to show why becoming aware of the place of aesthetic experience in everyday life would help to understand the relationship we have with the world, as a consequence of aesthetic experience, through our action; and how, ultimately, the impact of our action on the world reverts on ourselves because the world is the sustenance of our opportunities, and ultimately, of our life.

Keywords: *World-making*, Yuriko Saito, everyday aesthetics, action, aesthetic experience

1. INTRODUCCIÓN

En su entrada de la *Stanford Encyclopedia of Philosophy*², Yuriko Saito señala con contundencia: “si bien la estética cotidiana incluye esa estética orientada al espectador, una parte importante que constituye el flujo de la vida cotidiana es nuestro compromiso activo con la realización de cosas mediante el manejo de un objeto, la ejecución de un acto y la producción de determinados resultados, todo ello motivado por consideraciones estéticas” (Saito, 2021)³. Saito defiende que en el proceso de manejo de objetos cotidianos, encontramos intencionalidad en nuestra acción, entendiendo intencionalidad como fruto de la búsqueda de una experiencia placentera o satisfactoria. De esta manera se pretende mostrar aquí que a causa de la experiencia estética nuestras acciones causan un impacto en el mundo y que, además, este impacto se revierta hacia nosotros afectándonos de manera directa o indirecta, ya que en última instancia el mundo es el sustento de nuestras oportunidades y en definitiva, de la vida. Esta idea nace del análisis del concepto de *world-making* (haciendo mundo, en español⁴) de Yuriko Saito, el cual consiste en la comprensión del mundo como un proyecto común en el que todos contribuimos mediante las de-

[2] Enciclopedia de filosofía de libre acceso de la universidad de Standford.

[3] Consultado online en <https://plato.stanford.edu/archives/spr2021/entries/aesthetics-of-everyday/>. Originalmente escrito en inglés: todas las traducciones de este artículo utilizadas en el texto son propias, excepto cuando se indique lo contrario.

[4] *World-making* es el término original usado por Yuriko Saito y la traducción empleada aquí como *haciendo mundo* es propia. A lo largo del trabajo utilizaré ambos términos —en

cisiones que tomamos en relación a la experiencia estética (Saito, 2020). Dentro de la estética de lo cotidiano, Yuriko Saito destaca por ahondar en la dimensión moral de la estética⁵. Entre sus trabajos más destacables se encuentran su libro titulado *Everyday Aesthetics* (2007) y su monografía *Aesthetics of the familiar: Everyday life and world-making* (2017), donde estudia en profundidad acerca de la estética japonesa.

Con el fin comprender el discurso de Saito considero necesario insertarlo previamente en un marco más general, el de la estética de lo cotidiano, para poder así exponer tanto el origen de la cuestión como su relevancia: la necesidad de reconciliación en la disciplina de la estética, habitualmente centrada de modo prioritario en el espectador —que es la que se establece en el marco de la Ilustración y las bellas artes—, y la experiencia estética cotidiana. Dicho esto, procederé a tratar los aspectos más relevantes del contexto para a continuación ahondar en un análisis del concepto de *world-making* de Yuriko Saito; me centraré en la forma en la que mediante este concepto la autora expone la dimensión moral de la estética; para ello utilizaré a la cultura japonesa como referente (algo que ella también hace); a continuación, trataré acerca del impacto de nuestra acción a través de la experiencia estética: en el mundo, exponiendo cómo la experiencia estética, dirigida por una idea y unos valores, afecta a cómo se construye el mundo, y en última instancia, en nosotros mismos, ya que estas acciones se revierten mediante las influencias que ejerce este mundo sobre el que actuamos en nosotros. En definitiva, se trataría de dilucidar cómo es la dinámica de la experiencia estética en este círculo de la acción humana.

2. CONTEXTO DE LAS BELLAS ARTES FRENTE A LA ESTÉTICA DE LO COTIDIANO

En primer lugar, antes de ahondar en la filosofía de Yuriko Saito, es necesario comprender el contexto en el que surge su teoría, este marco general que es la estética de lo cotidiano. Esta nace de la necesidad de reconciliación de la experiencia estética y la experiencia ordinaria, dimensiones que se han visto separadas desde el nacimiento de la estética como disciplina académica y la institucionalización de las bellas artes. Sin em-

español y en inglés— de forma indistinta y haciendo referencia a lo mismo, salvo que se especifique lo contrario.

[5] Saito recibió su licenciatura en filosofía de la Universidad Cristiana Internacional (Tokio, Japón) y su doctorado en filosofía de la Universidad de Wisconsin-Madison. Ha estado enseñando en la Escuela de Diseño de Rhode Island desde 1981, donde recibió el Premio Frazier a la Excelencia en la Enseñanza en 1999. Además de la estética de lo cotidiano, también investiga en el ámbito de la estética ambiental y la estética japonesa.

bargo, no siempre la experiencia estética se ha definido por oposición a la vida cotidiana.

De hecho, desde la antigua Grecia hasta el siglo XVIII en Occidente, la belleza de un objeto se daba en función a su forma y su utilidad o contenido. Es por esto que el arte se entendía insertado en un contexto, por que cumplía una utilidad que se juzgaba en dicho contexto. Como relata Larry Shiner (2004), *techné* y *ars* estaban más cerca de los que entendemos por artes y oficios en la actualidad, donde la noción de utilidad ha quedado completamente ignorada dentro de los márgenes que abarca el arte. Pertenecientes las prácticas a un contexto más amplio, la experiencia estética de las mismas también se daba en relación a éste, por lo que la experiencia estética estaba acompañada de unas prácticas culturales y sociales (Fernández, 2012, p.111). Así, la noción de belleza poseía una función, puesto que estaba ligada a unos ideales, primando el contenido frente a la forma. He de aclarar con respecto a esto último que esta primacía no repercutía en la relación entre contenido y forma enfrentándolas; todo lo contrario, si acaso el contenido producía en estos casos un especial impacto que en última instancia realizaba a la forma. Esto es porque, estando el arte inserto en un contexto, el objeto se da como bello por sus connotaciones además de por sus aspectos materiales.

Así, hasta el siglo XVIII en Occidente, el término arte es desarrollado a través de distintas etapas, con una falta de idea/concepto permanente detrás del término, hasta finalmente culminar con la definición de arte enfrentado a artesanía. Esto es: la doctrina del arte pierde toda relación con la funcionalidad o utilidad, la belleza es vaciada de contenido y es reivindicada por su forma. Así, se da un doble distanciamiento: en primer lugar, el arte se aleja de la utilidad; por otro lado, se produce un distanciamiento por parte del público, puesto que al darse el arte por su forma y sin relacionarse a un contenido, a unos valores, deja de estar inserto en un contexto social, político o cultural, y la experiencia estética pasa a ser reivindicada desde la lejanía del desinterés. Esto se da principalmente como consecuencia de la institucionalización del arte, la fundación de escuelas, museos, mercados de arte y el desarrollo de las bellas artes, etc.; así como por la búsqueda de universalización y de objetividad del arte.

Ante esto se pretende defender la importancia del arte en la vida humana y el lugar que ocupa en ella la experiencia estética frente al sistema vigente de las bellas artes que, en mi opinión, no es capaz de satisfacer dichas necesidades humanas ya que se encuentra en un campo completamente alejado de las preocupaciones de la vida humana y la realidad cotidiana que las engloba. Es cierto que uno puede deleitarse contemplando *Saturno devorando a su hijo* de Goya (1823), sentir emociones fuertes al observar los colores y los trazos de la pintura, la incomodidad o el senti-

miento de morbo; de la misma manera que puede sentir vitalidad y la dulzura de la imagen al contemplar *El columpio* de Fragonard (1767). Es indudable que a pesar del distanciamiento con las obras, la contemplación de las mismas provoca una serie de emociones que crean una experiencia estética. Pero la realidades que hablar de experiencia estética únicamente en estos términos es negar que, en realidad, nuestra vida se encuentra bañada de momentos en los que las relaciones con los objetos también causan emociones placenteras o de desagrado y que, siendo nosotros conscientes de ello, buscamos la forma de configurar dichas interacciones para crear experiencias placenteras. Si previo al siglo XVIII la experiencia estética estaba enriquecida por unos valores morales y por formar parte de un contexto, la extirpación de ello por la búsqueda de universalidad y la objetividad del arte es empobrecer la experiencia estética, en consecuencia.

Como alternativa a este modo de comprender la disciplina estética desde el distanciamiento, la estética de lo cotidiano surge en la segunda mitad del siglo XX debido al despertar de un interés por la naturaleza y por el redescubrimiento de las artes populares (Saito, 2021) que la estética limitada a las bellas artes no era capaz de satisfacer. Así, la estética de lo cotidiano intenta reconstruir la disciplina reconciliando la inclusión de “objetos, actividades y eventos que constituyen las vidas de las personas” (Saito, 2021). Esta reivindicación surge también de la necesidad de desligar la experiencia estética de valores de objetividad y aceptar los valores subjetivos a los que se encuentra ligada, valores que insertan la práctica en un contexto. En última instancia, con esta reconciliación se busca el enriquecimiento de la experiencia estética.

Los primeros discursos de la estética de lo cotidiano surgen en el contexto angloamericano con la intención de expandir el campo establecido. Uno de los principales referentes en los auges de este enfoque es John Dewey, el cual expuso en su obra *El arte como experiencia* (1934) una visión novedosa en el momento sobre la experiencia estética, situándola en experiencias de lo más triviales, como comer. Una de las cuestiones de relevancia dentro del nuevo discurso ha sido acerca de la definición de lo que entendemos como experiencia cotidiana, considerando desde experiencias básicas como las que indicaba Dewey hasta experiencias que también, aun estando en el mismo ámbito, son más particulares e incluso incorporan elementos artísticos, como es el caso de ciertas celebraciones culturales, dígame la de la Navidad, por ejemplo (Saito, 2021).

En cuanto a lo que a nuestro tema respecta, al igual que el discurso del arte siempre ha sido puesto en relación con el ámbito de la ética, esta controversia se ha mantenido en el debate de la estética de lo cotidiano. Frente a esto se han manifestado diversas opiniones, alegando a favor y en contra de mantener separados o unidos los márgenes de ambas discipli-

nas. Autores como Yuriko Saito o David Orr, abogan por pedir “un cambio de paradigma estético no sólo incluyendo explícitamente las dimensiones morales de los objetos y entornos en su estética, sino también repensando las formas fundamentales en que los humanos interactuamos con el mundo material” (Saito, 2021)⁶. Esta petición, en el caso de Saito, se apoya también en las diferencias que se han de resaltar en la concepción artística entre occidente y oriente que muestra la estética comparada, puesto que en tradiciones como la japonesa encontramos que el discurso de la tradición del arte ha seguido un camino opuesto al de la tradición occidental, revisitiéndose a estos de una dimensión moral e insertándose en prácticas sociales. Es por esto que para tratar en más profundidad la visión de la estética de lo cotidiano de Yuriko Saito considero relevante ahondar también en la cultura japonesa como referente para profundizar en las implicaciones morales de la estética.

3. LA DIMENSIÓN MORAL DE LA ESTÉTICA.

Como ya señalé con anterioridad, el objetivo en este trabajo es, por un lado, defender que tomar conciencia del lugar que tiene la experiencia estética en la vida cotidiana ayudaría a entender la relación que tenemos con el mundo, como consecuencia de la experiencia estética, a través de nuestra acción. Esto es algo que ya hace Yuriko Saito, por lo que su trabajo e investigación resultará altamente ilustrativo, de manera que lo tomaré como referente. Por otra parte, también se pretende mostrar en este trabajo cómo el impacto de nuestra acción en el mundo se invierte hacia nosotros, como un efecto *boomerang*, por ser el mundo el sustento de nuestras oportunidades y en definitiva, de nuestra vida. En lo que respecta a este epígrafe, se tratará acerca de la primera parte de la cuestión (tomar conciencia del lugar que tiene la experiencia estética en la vida cotidiana), la cual no puede ser considerada sin enfrentarse al debate de la dimensión moral de la estética.

3.1. LA DIMENSIÓN MORAL DEL ARTE EN LA CULTURA JAPONESA.

Tanto en el campo de la estética de lo cotidiano como para tratar acerca del papel de la moralidad dentro de la misma, la cultura japonesa resulta ser un referente debido a la concepción que tienen los japoneses de los objetos y utensilios cotidianos. Así, “la tradición estética japonesa

[6] Cita textual del texto online consultado en <https://plato.stanford.edu/archives/spr2021/entries/aesthetics-of-everyday/>

destaca por su sensibilidad, el respeto y la apreciación del carácter de la quinta esencia de un objeto. Esta actitud da lugar a un principio rector del diseño que articula la esencia de un objeto, material o tema, independientemente de que sea considerado artístico” (Saito, 2007, pp. 85-86).

Encontramos que el discurso de la tradición artística nipona ha seguido un camino opuesto a la tradición occidental, revistiéndose a lo artístico/estético de valores morales e insertándose ambos dominios en prácticas sociales, lo que hace de esta cultura un ejemplo valioso en esta argumentación, algo de lo ya que se han percatado algunos autores como la mencionada Saito.

En Japón, encontramos que es común la apreciación por los objetos y las actividades cotidianas. Ante esto, Saito (1999) habla de un “igualitarismo estético”, el cual consiste en la apreciación de todos los objetos y fenómenos por darse y ser tal y como son, lo cual los hace merecedores de nuestra atención. Este “igualitarismo estético” encuentra su fundamentación en que, al contrario que en la tradición occidental, el arte se encuentra en estrecha relación con la religión y la filosofía zen, la cual tiene la concepción de lo divino como principio immanente en el mundo sensible, por lo que tanto la naturaleza como los objetos son tomados como manifestaciones de esta entidad. Así, el arte se muestra como camino (*dō*) hacia la iluminación. Para alcanzar tal estado, el artista ha de modificar su relación con el mundo y tomar una actitud de no-interés que consiste en un desapego hacia las preocupaciones triviales que enjuician el mundo y no le permite estar en verdadera conexión con la realidad. Esta actitud supone un acercamiento al mundo mediante una actitud de humildad, de respeto, la cual permite que tanto los objetos como la realidad en su totalidad se muestren en su esencia. De esta manera, el artista aspira a liberarse de su ego y trascender su condición de ser por separado para entregarse al todo.

Por otro lado, la concepción del arte en Japón difiere de la tradición occidental en el distanciamiento que esta última establece entre la obra y el público. Por el contrario, en Japón se requiere un diálogo entre el objeto –u obra– y el espectador, diálogo que se da a través de elementos minimalistas y elementos sugerentes que desafían al participante, provocando un estímulo en su imaginación. Además, encontramos también en la creación del arte la estimulación de actitudes en el artista, tales como la empatía o el respeto. Sería interesante considerar si este cultivo de la sensibilidad a través de la experiencia estética podría ayudarnos a extrapolar estas actitudes más allá de los objetos, a nuestras relaciones con las personas; ya que al fin y al cabo consiste en cambios en el carácter, así como en la manera que vemos y tratamos el mundo, que se fomentan a través del arte. Sin duda, promover tal educación en la sensibilidad artística podría tener consecuencias notorias para la sociedad, cuestión que trataré a continuación.

Un ejemplo de esta expresión estética de las virtudes morales lo encontramos artísticamente plasmado en la tradición de la ceremonia del té ligada al budismo zen (*cha noyu*). Se trata de un ritual que se da como ocasión especial, en el que se presentan diversas normas que se rigen por principios del budismo zen y que se sintetizan con distintas prácticas artísticas. El ritual en su totalidad se vive bajo la presencia de cada momento, valorando lo que acontece en el mismo desde la lógica de la filosofía budista subyacente de que ese momento específico no se repetirá nunca. Así, se trata de “...apreciar la combinación de sofisticación ritual al servicio de la mostración de la simplicidad y el minimalismo, y todo ello, para, a su vez, saborear una verdad esencial del budismo zen: la nivelación de todos los acontecimientos de nuestras vidas debido a que todos son igualmente fugaces y, por ello, faltos de substancialidad o ser propio...” (Fernández, 2021, p. 84). A pesar de tratarse de una ocasión especial, la ceremonia del té ha tenido grandes repercusiones en la vida diaria de los japoneses, pues en él se producen el cultivo de diversos valores morales: “las elegantes acciones tanto del anfitrión como del invitado no sólo consideran la belleza de cada movimiento corporal, sino que también proporcionan una expresión de respeto hacia otro al poner gran cuidado en la acción” (Saito, 2020, pp. 43-44). El simple acto de compartir una taza de té se convierte en una ofrenda de decoro entre los participantes bajo una actitud de humildad y respeto hacia la vulnerabilidad del momento presente. Así, esta tradición de la cultura japonesa muestra la posibilidad de experimentar al unísono experiencias estéticas y de virtudes morales. Esta posibilidad traspasa la ocasionalidad de acontecimientos puntuales y se inserta en el contexto cotidiano a través de expresiones de cuidado hacia los otros convivientes, expresiones que nacen del respeto tanto por la dignidad de otras personas como por su sensibilidad.

Entre estos ejemplos cotidianos encontramos que Yuriko Saito habla en su artículo de 2020 sobre el cuidado que muestran los ciudadanos en Japón por no afectar la sensibilidad de sus vecinos cuidándolos de una experiencia visual desagradable, por lo que al tirar las bolsas de basura en zonas comunitarias –bolsas que han de ser transparentes– procuran ocultar aquellos residuos más desagradables a la vista utilizando plásticos y papeles en la parte interior de la bolsa. Por otro lado, encontramos cómo la cultura japonesa ejemplifica la forma en que las virtudes morales como el respeto hacia otros puede ser educadas a través de la experiencia estética en la gastronomía. En palabras de Saito: “además de varias formas de atracción sensorial, como la disposición perfecta y la elección del recipiente, un punto importante de la comida japonesa es la preparación de los ingredientes” (Saito, 2007, p. 87). Concretamente, en la forma en la que en Japón se construyen los platos, aislando los ingredientes sin mezclarlos,

debido a que son conscientes de que dependiendo de la combinación estos darán como resultado un sabor distinto y bajo una actitud de respeto, se deja que cada persona cree la combinación que le resulte más apetecible⁷. Estos ejemplos muestran cómo debido a la contextualización del arte en esta cultura, así como una sensibilidad educada, encontramos que la experiencia estética enriquece el día a día de las personas usándose además de como medio de disfrute, como símbolo que encarna distintas actitudes morales, que en última instancia no sólo repercuten en las relaciones entre las personas de forma positiva sino que además se muestra como una herramienta útil para educar a la población y promover una actitud más cívica.

3.1.1. Simbología del cerezo en flor

La estética de los cerezos en flor se encuentra cargada de simbología reconociéndose como un icono de lo efímero por mostrarse la belleza de estas flores durante un periodo muy breve, a lo que sigue de su caída. El florecimiento de la flor simboliza lo presente por ser perecedero, motivo de apreciación influido por la filosofía zen, la cual se traslada al ámbito de lo cotidiano con el mensaje de no aferrarse a la vida innecesariamente y dejar pasar el tiempo aceptando su devenir. La estética de los cerezos en flor se ha utilizado en los elogios a los pilotos kamikaze por su disposición a abandonar la vida (Saito, 2020, p.42) así como una metáfora de sus caídas. Esta flor se convirtió en un referente para estos durante el imperialismo japonés, un ejemplo ilustre de la influencia política a través de la estética.

Por otro lado, la estética de los cerezos en flor también se ha utilizado como símbolo de esperanza, mostrando a través de la idea de lo efímero: cómo todo lo malo también es momentáneo, así la figura de los soldados sigue la metáfora de las flores, que tras caer vuelven a florecer, siendo fácil constatar cierta belleza en el transcurso de estos acontecimientos. Tal es el caso que muestra el premiado documental *The Tsunami and the Cherry blossom* (2011) sobre la catástrofe provocada por el tsunami Tohoku en las ciudades más dañadas de Japón, en las cuales florecieron los cerezos de entre las casas destrozadas, llevando un mensaje de esperanza a las personas que al ver a la naturaleza seguir su curso a pesar de la catástrofe natural, se veían alentados a tomar su ejemplo. El mensaje de apoyo mediante el símbolo de esta flor fue tomado también por distintas asociaciones benéficas en Japón que se dedicaron a plantarlos en lugares afectados.

[7] Saito lo explica en el siguiente enlace que corresponde a la conferencia Norteamericana de Artes y Humanidades de IAFOR de 2014: <https://www.youtube.com/watch?v=ktwTiUlfEQ&t=1345s>

3.2. EL PODER DE LA ESTÉTICA PARA GENERAR ACTITUDES MORALES

En su trabajo, Saito trata de mostrar a través del concepto de *world-making* la necesidad de reconciliación que debe darse dentro de la experiencia estética de la forma con el contenido, esto es: dejar de ignorar la dimensión moral de la estética, como se ha hecho en los últimos años en aras de abogar por un arte puramente objetivo, un arte de formas vacías y aceptar así que hay una especie de intención, un respaldo de creencias tras la experiencia estética que repercute en nuestra interacción con el mundo a través de la misma. Además, desde este enfoque la experiencia estética puede ser una poderosa herramienta para la educación en el ámbito moral. Con este concepto la autora defiende que todos estamos implicados en el proceso de creación del mundo y que la estética desempeña un papel esencial en ello (Saito, 2020).

Pero, ¿en qué consiste este papel que tiene la moral en la estética? Al contrario que en Asia Oriental, en occidente la disciplina de la estética ha ignorado –pero no eliminado–, la dimensión moral de la estética. Y digo ignorado porque no es posible eliminarla, ya que “los objetos mundanos y las experiencias corrientes, no es que formen parte de nuestra vida estética, es que constituyen el grueso de la misma” (Godoy, 2021, 140). Así, en numerosas ocasiones en el ámbito cotidiano es su dimensión moral la que actúa como el motivo por el que nace la experiencia estética, y es por ello que ignorarlo, como alternativa, resulta poco afortunado, haciéndonos inconscientes de las influencias y los motivos que respaldan nuestras experiencias estéticas. La estética del espectador, distante y objetiva, ha desestimado por completo el papel que tenemos en la creación de nuestra propia vida. Esto es algo de lo que ya se percató el filósofo Friedrich Nietzsche, señalando la importante profundidad de la estética en nuestras vidas por ser esta clave para la formación de una vida buena. “En consecuencia, no hay separación entre lo estético, lo moral y lo existencial en su opinión” (Saito, 2020, p.37), sino que la experiencia estética se da enriquecida de valores que nos ayudan tanto a desarrollar el mundo en el que vivimos, como nuestras relaciones con los demás, o incluso a nosotros mismos.

Diversos estudios dentro de la estética de lo cotidiano hacen notar que esta a menudo contribuye en la formación y determinación de actitudes morales tales como el respeto o la humildad (Whiteley 1993, 1999; Sepänmaa 1995; Pallasmaa 1999; Orr 2002; Berleant 2010; Berleant and Carlson 2007; Saito 2010, Saito 2020); encontramos el ejemplo de esto a través del estudio de otras culturas, como la japonesa. Esto es porque a través del cultivo de la sensibilidad estética el ser humano se encuentra en un papel activo, ya que en la interacción con el objeto hay cierta reflexi-

vidad que en última instancia también repercute en la persona –cuestión en la que ahondaré más adelante–. Resulta interesante cómo la práctica de tales habilidades estéticas pueden contribuir a determinar tanto las acciones como, en consecuencia, las interacciones sociales. Así, en tanto que tenemos experiencias estéticas, no podemos evitar preocuparnos por las experiencias estéticas de aquellos con los que convivimos. Encontramos en el día a día actitudes que expresan cuidado hacia la sensibilidad de los demás. Saito ejemplifica esta cuestión, como se ha mostrado anteriormente, tratando acerca de los residuos que se generan en entornos vecinales y cómo hay una actitud moral en la preocupación por no molestar a nuestros vecinos con el desagrado que podría ser producido por la basura (Saito, 2020). En Andalucía, por ejemplo, encontramos que diversos ayuntamientos han tomado la iniciativa de que la basura sea depositada en los contenedores dentro de una franja horaria cercana a la recogida de basura para evitar así la molestia del mal olor en las calles. Resulta que “cuando apreciamos que nuestras experiencias son honradas y dignas, nos sentimos inclinados a “devolverlas”, por así decirlo, en nuestro trato con los demás” (Saito, 2020, p. 46), encontrando en el cuidado de la acción en el ámbito cotidiano, como consecuencia, motivaciones de tipo moral tales como el respeto, la preocupación por no ofender a nuestros convivientes, el cariño, el cuidado, entre otros. De esta manera, comprobamos que “la promoción y el apoyo de objetos y entornos diseñados con sensibilidad, así como las interacciones humanas civiles expresadas de forma respetuosa son ingredientes indispensables” (Saito, 2020, 45). Este tipo de acciones contribuyen al desarrollo de una vida plena siendo un aspecto necesario de nuestro bienestar el aspecto experiencial de la estética. Fomentar tales actitudes, así como el papel de la estética dentro de la ética, podría ayudar a experimentar la belleza de una forma más libre (Tansman, 2009, p. 19). Ya que es innegable el hecho de que la estética promueve la formación de actitudes morales que repercuten en nuestro carácter, así como en las interacciones que tenemos con los objetos y con el resto de personas, resulta necesario percatarnos de este poder que puede llegar a tener la sensibilidad estética y reconocerlo dentro de la disciplina, con el objetivo de promover una educación en el ámbito, lo cual podría tener consecuencias altamente positivas en la sociedad.

Al igual que la experiencia estética constantemente se encuentra enriquecida por valores morales estrechamente aparejados a la misma, de modo similar las actitudes morales también pueden beneficiarse de la experiencia estética. Esto implica considerar que nuestra parte sensible se encuentra en resonancia con nuestra parte racional: la separación de lo racional y lo sensible se trata de una separación injusta porque es poco fiel al perfil del ser humano y en lo que a la estética repercute, la extirpación

de la dimensión moral y de los valores subjetivos en la experiencia estética implica una concepción del ser humano resaltando su faceta racional frente a la sensible. Una concepción que ha sido motivada por la tradición occidental bajo la educación de un gusto; un gusto refinado, perfilado para una finalidad, una concepción del arte alejada de la sensibilidad real de la vida. Pero la realidad es que el ser humano, como señala Schiller, es igualmente un ser sensible y racional, ya que actúa en ambos planos, y destaca la faceta sensible como la verdadera motivación para llevar a cabo la acción, lo que hace injusta esta división (Schiller, 2021). Porque resulta que la forma en la que desarrollamos nuestro día a día, las elecciones que tomamos acerca de nuestra vida o nuestra personalidad, a menudo se encuentra motivada por razones que apelan a la sensibilidad. Saito señala cómo esto parece ser algo que educadores, psicólogos y publicistas tienen en cuenta, y sin embargo a los teóricos de la estética les cuesta reconocer (Saito, 2020, p. 47). Un ejemplo actual de cómo la experiencia sensible nos afecta la encontramos en el cine. Desde hace un tiempo el contenido audiovisual en el que se muestran sustancias abusivas, como el tabaco, ha de introducir una advertencia de ello con el fin de prevenir la incitación al público. Esto es un mero ejemplo de nuestra vulnerabilidad ante las imágenes que consumimos y los mensajes que llevan consigo, tanto para bien como para mal. Otro ejemplo de ello es cómo a lo largo de la historia se ha usado la estética para influir a la población en sus decisiones, usando diversas artes como la música o la pintura, bien para proveer un mensaje, bien para censurarlo. Tal es el caso de “la propaganda de la Alemania nazi para crear un paisaje natural de la raza aria, erradicando las especies vegetales foráneas y restaurando las especies autóctonas”, señala Saito, y continúa haciendo notar lo poderosa y peligrosa que puede llegar a ser la estética en algunos escenarios, llegando a tener consecuencias problemáticas (Saito, 2021). Mediante estos ejemplos se resalta, nuevamente, la gran influencia que tiene la moral en la estética y lo vinculadas que se encuentran ambas disciplinas, pues, como señala David Orr, “la experiencia de la belleza en todas sus formas nos mueve a actuar más a menudo, más coherentemente y más profundamente que los argumentos intelectuales, las apelaciones abstractas al deber o incluso al miedo” (Orr, 2002, pp. 178-179), porque al apelar directamente a nuestra sensibilidad, llegan de manera más directa y más radical a nosotros. En este sentido, la estética también es una herramienta política, ya que propone cumplir un proyecto, acorde con una visión del mundo y que, a través de la estética, se vuelve sensible. Es por ello que puede decirse que la estética tiene el poder de ejercer el ideal.

En conclusión, debido a la dimensión moral de la estética y al lugar imprescindible que esta toma en nuestra vida, puede ser usada como un poderoso instrumento para determinar las interacciones que tenemos con

los demás y con el mundo. Sin embargo, como instrumento, no es bueno ni malo, sino que depende de su uso. Es por ello que surge la necesidad de que tomemos conciencia de que la estética de lo cotidiano tiene el poder de formar actitudes para guiar nuestra acción que, en definitiva, pueden determinar la calidad de nuestra vida y el estado del mundo (Saito, 2020). No reconocer el poder de la estética es no adueñarnos de nuestras acciones y dejar que otros se hagan cargo de ellas. La influencia de la estética en nuestra vida cotidiana no es una opción sino que se nos impone, tomando un importante papel en la toma de nuestras decisiones. Hacernos conscientes de esto y decidir dar un buen uso de esta influencia, en cierta medida, es una reivindicación de nuestra libertad y responsabilidad a partes iguales. Por ello, la aceptación de la dimensión moral que tiene la estética y cómo, en consecuencia, la experiencia estética tiene el poder para formar actitudes, produce un efecto de empoderamiento en nosotros en el sentido de que nos atribuye el poder de ser dueños de nuestra acción y ser menos influenciados ante el dominio externo. En definitiva, esto nos ayuda a tomar parte en el proyecto de *hacer mundo*.

4. HACIENDO MUNDO Y HACIÉNDONOS EN ÉL: EL IMPACTO DE LA ACCIÓN A TRAVÉS DE LA EXPERIENCIA ESTÉTICA.

Anteriormente se ha introducido el concepto de *Haciendo mundo* como parte de la argumentación de la dimensión moral de la estética, mediante la cual se le atribuye a esta disciplina el poder de formar actitudes para guiarnos a través de la acción. La tesis de Yuriko Saito consiste en una concepción del mundo como un proyecto en el que todos los ciudadanos toman parte, un proyecto en el que todos –independientemente de su formación o repercusión social– contribuyen a diseñar el mundo mediante sus acciones, de manera acumulativa (Saito, 2020). Aquí se pretende mostrar cómo la experiencia estética tiene un papel especial en este proyecto como guía de la acción, ejerciendo un impacto de *doble dirección*: en primer lugar, las actitudes morales guían la experiencia estética, dándole intencionalidad a la acción de manera que esta intencionalidad causa un impacto en el mundo, *haciéndolo*; en segundo lugar, la experiencia estética puede también motivar cambios en nuestro carácter, *hacernos*, mediante la creación de actitudes morales. Así, la experiencia estética tiene un impacto en nosotros, de manera que las intenciones iniciales que la motivaban se vuelven hacia nosotros, mediante uno un efecto *boomerang* de retroalimentación.

Ahora bien, que la estética tenga este poder para impactar y para impactarnos, como ya se ha mencionado previamente, no es necesariamente positivo ni negativo, sino que depende de su uso. El problema surge al

contemplar cómo en los últimos años, por diversos factores en los que se incluye la ignorancia de esta cuestión (el poder de la estética), el impacto en el mundo, a causa de la estética ha sido negativo. Esto es, la ignorancia de la posibilidad de la estética como una herramienta nos ha llevado a su mal uso. Como consecuencia, nuestros ideales estéticos constantemente han sido y son la causa de daños en nuestro planeta, daños a otras especies y al paisaje natural, contribuyendo a gran escala dentro de la catástrofe medioambiental.

El ideal de lo que consideramos bonito y feo, procediendo sin todo el bagaje moral, actúa sobre la naturaleza ejerciendo un favoritismo que, por otro lado, perjudica causando estragos en muchos casos irremediables. Por ejemplo, “en Estados Unidos... (se) tiende a descuidar la protección de las tierras de no impactante belleza, como las praderas y los humedales” (Saito, 2020, p. 41), por ser paisajes más comunes y por ello menos especiales, frente a otros comúnmente considerados más bellos, como es el caso de las cascadas. Aquellos paisajes menos bonitos sufren consecuencias devastadoras, convirtiéndose en el sustento de nuestros desperdicios⁸. Este comportamiento hacia el medio ambiente llega a ejercerse de manera similar a un patrón, aplicándose a todos los campos. En el caso de los animales, se alaban aquellos que son considerados dentro de los estándares de belleza, mientras que se descuidan y maltratan a aquellos otros que no —algunos incluso exponiéndose al peligro de extinción por ello—. Lo mismo sucede con las verduras —tal es el caso de los calabacines que son demasiado curvos o las zanahorias que no son uniformes— de manera que cuando se recoge del huerto se seleccionan para llevar a los supermercados aquellas con formas más homogéneas y simétricas, con colores más llamativos, bajo el criterio de que esas serán las que preferirá el consumidor⁹. Aquellas que “no son aptas” se utilizan para la fabricación de productos que se venden ya elaborados o incluso se desperdician.

De esta manera, nuestro criterio de elección impulsado por nuestra concepción estética, impacta negativamente en el medio ambiente a través de diversos sectores, “un ejemplo claro es la mentalidad de usar y tirar, fomentada por la práctica de la industria de la obsolescencia programada en lo que respecta no sólo a la función, sino también al estilo y la moda de los productos, llenando los vertederos” (Saito, 2020, p. 41). En última instancia, esto se vuelve hacia nosotros y nos daña, ya que el mundo es el sustento de nuestras oportunidades y en definitiva, de nuestra vida.

[8] Aquellos paisajes que no se consideran fuente de nuestro disfrute suelen descuidarse, llenándose de residuos. En algunos casos llegan a convertirse en vertederos.

[9] Saito lo explica en https://www.youtube.com/watch?v=ktwTiUl_fEQ&t=1345s

De esta manera, la acción guiada por la experiencia estética determina la calidad de vida de las personas.

Pero también esta situación nos afecta en nuestras relaciones con los objetos. Esto es, impulsándonos por el ideal estético de la industria del consumo, que es el ideal de la fealdad: la belleza sólo aparece en lo nuevo como novedad y en el momento en que se adquiere, pasaa ser insuficiente. Es el ideal de fealdad porque, como señala Yanagi Soetsu: “nuestros utensilios y herramientas cotidianos se han vuelto muy feos. Pasamos nuestros días, de la mañana a la noche, completamente rodeados de estos objetos carentes de belleza, ya se trate de las prendas que vestimos, los cubiertos con que comemos o los muebles que usamos” (Yanagi, 2021, p.19). Este filósofo japonés de la primera mitad del siglo XX, centrado en reivindicar las artesanías populares, señala cómo en el transcurso de los últimos siglos, los objetos se han ido desligando de su carácter de utilidad y de la significación con la que antes los valorábamos, valores como la historia de su uso y las distintas connotaciones contextuales que de ellos se derivan. Como consecuencia, nos encontramos con que, debido a esta superficialidad por la falta de apreciación de valores, la experiencia estética no sólo se ha visto desprovista de este enriquecimiento, sino que también esto afecta negativamente a nuestro bienestar, promoviendo la infelicidad como consecuencia de nuestra insatisfacción. Es por esto que Yanagi aboga por ligar nuevamente la concepción de belleza a la de la utilidad como propuesta de reconciliación en las relaciones con los objetos, enriqueciendo así al objeto con una significación que le añadiría valor. Por ello, esta idea afectaría a la vida humana favoreciendo una experiencia placentera en dichas relaciones al dotar al objeto nuevamente de belleza.

Así, la experiencia estética que tenemos como resultado de nuestras relaciones con los objetos afecta directamente en nuestra vida, afecta a nuestro bienestar y en esta medida *nos hace*. Por ello, la educación crítica en la estética de lo cotidiano podría ayudar a educar también nuestra sensibilidad (Saito, 2020) y como consecuencia, repercutir en nuestra calidad de vida, nuestro bienestar y en nuestra felicidad. La necesidad de tal empresa, más allá del bienestar que se deriva de la sensibilidad –también importante–, estriba en las repercusiones que la falta de tal educación están causando en el mundo, en la dimensión de la catástrofe medioambiental. En esta medida, la toma de conciencia de nuestros gustos e ideales como sociedad y de las consecuencias que estos llevan aparejados en un orden ético/político y medioambiental ayudaría a comprender las repercusiones en el mundo, incluso podría ayudar a cambiarlas.

La estética, en la medida en la que forma actitudes, tiene la capacidad –“el poder”, lo denomina Saito– de combatir el problema, modificando nuestra acción. Como consecuencia de todo ello, el impacto de nuestra

acción en el mundo, revierte en nosotros mismos en tanto que nos hacen, nos conforman, determinando nuestro carácter y afectando a nuestro bienestar.

5. CONCLUSIÓN

A lo largo de este trabajo se ha defendido la necesidad de reconciliación de la disciplina de la estética en occidente, habitualmente centrada de modo prioritario en el espectador –que es la que se establece en el marco de la Ilustración y las bellas artes–, y la experiencia estética cotidiana, debido a que en el ámbito de lo cotidiano nos encontramos con que la experiencia estética motiva nuestras decisiones y acciones, determinando las relaciones que tenemos con los objetos y con el mundo. Para ello me he apoyado en la tesis que Yuriko Saito defiende mediante el concepto de *world-making*, la cual consiste en concebir nuestra realidad o “mundo” como un proyecto abierto en el que todos los ciudadanos toman parte, un proyecto en el que todos –independientemente de nuestra formación o capacidad de repercusión social– contribuimos a diseñar el mundo mediante nuestras acciones. Esto se debe a que la estética tiene una dimensión moral inherente que impregna la experiencia estética, y es así –mediante la experiencia estética– que la moral también nos guía en nuestra acción en el mundo.

Como una parte importante de la argumentación para tratar tanto la estética de lo cotidiano, como para tratar sobre la dimensión moral de la estética, se ha mostrado el ejemplo de la cultura japonesa como un referente debido al modo en que los valores morales enriquecen la concepción que tienen los japoneses de los objetos y utensilios cotidianos, así como el papel que juega la experiencia estética en las prácticas sociales y culturales. El ejemplo de esta cultura ha ayudado a argumentar cómo no existe tal separación entre lo estético, lo moral y lo existencial, sino que estos campos están conectados y se influyen entre sí.

Finalmente, esta llamada a tal reconciliación y del reconocimiento de la importancia la experiencia estética en el ámbito de lo cotidiano, así como del papel de la moralidad en la experiencia estética estriba en la necesidad de toma de conciencia del papel que tiene nuestra acción –tanto en el mundo como en nosotros– guiada por la experiencia estética, debido a las repercusiones negativas que se derivan de la misma, repercusiones que afectan a gran escala en la catástrofe medioambiental, así como en el sentido de nuestras vidas y nuestro bienestar. De esta manera, se puede decir que es debido a la experiencia estética que se *hace mundo*, en tanto que esta determina nuestra huella en el mundo y lo construye a través de nuestras decisiones; además, la experiencia estética *nos hace*, ya que de la

forma en la que nos relacionamos tanto con el mundo como con los objetos mediante la experiencia estética, se produce un efecto *boomerang*, de manera que esta experiencia se revierte hacia nosotros y afecta nuestro carácter, nuestro bienestar y nuestra felicidad, en consecuencia. Es por ello que el reconocimiento del papel que tiene aquí la experiencia estética podría ayudar a educarnos en el uso de ella como una herramienta que repercute positivamente tanto en el mundo como en la calidad de nuestras vidas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Berleant, Arnold (2010): *Sensibility and Sense: The Aesthetic Transformation of the Human World*, Exeter: Imprint Academic.

Berleant, Arnold and Allen Carlson (eds.) (2007): *The Aesthetics of Human Environments*, Peterborough: Broadview Press.

Fernández Gómez, Rosa (2018): “La belleza en la sombra de una taza de té: la estética de la imperfección en Japón”, *Fedro*, N°18, pp. 80-98.

Fernández Gómez, Rosa (2021): “Lo sagrado en lo cotidiano: la ceremonia del té en Japón”, *Raphisa*, Vol. 5, N° 1, pp. 81-101.

Fernández Gómez, Rosa (2012): “La estética de lo cotidiano y el ars contextualis en Asia Oriental”, *Contrastes*, Suplemento 17, pp. 110-125.

Godoy Domínguez, M^a Jesús (2021): “Estética de lo cotidiano, estética del cuidado”, *Revista de Filosofía*, N°98, pp. 139-159.

Pallasmaa, Juhani (1999): “Toward an Architecture of Humility”, *Harvard Design Magazine*, pp. 22–25.

Saito, Yuriko (2021): “Aesthetics of the Everyday”, *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*, Edward N. Zalta (ed.),

Saito, Yuriko (2020): *Aesthetics of the familiar: Everyday life and world-making*. Oxford: Oxford University Press.

Saito, Yuriko (2010): *Everyday Aesthetics*. Oxford University Press, U.S.A.

Saito, Yuriko (2020)¹⁰: “Everyday aesthetics and world-making”, *Contrastes*, Vol. 25, N° 3.

Saito, Yuriko (2007): “The moral dimension of Japanese aesthetics”, *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 65, pp. 85-97.

Saito, Yuriko (1999): “Japanese Aesthetics”, en M. Kelly (ed.), *Encyclopedia of Aesthetics*, Oxford University Press, vol. II, pp. 545-553.

[10] Este artículo se publicó por primera vez en 2012, la edición utilizada para el trabajo es una reedición.

Schiller, Friedrich (2021) [1794]: *Cartas sobre la educación estética de la humanidad*. Barcelona. Acantilados.