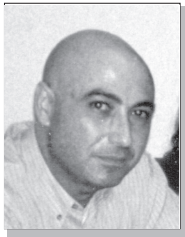




La sacralización de lo efímero



Diego Medina Morales

fd1memod@uco.es

Milán fue siempre esa magnífica ciudad que, desde su vetusta raigambre, ha sabido cautivar a sus visitantes; por supuesto no le han faltado un buen número de motivos para ello, bien sea por su moda, por sus iglesias (su Duomo, la cuarta iglesia mayor del mundo), su gastronomía, la ópera (en su majestuoso Teatro della Scala), su castillo renacentista o el fresco de *La Última Cena*, de Leonardo da Vinci (celosamente guardado en la Iglesia de Santa María delle Grazie). Se trata sin duda de una soberbia metrópoli, una ciudad tremendamente comercial, un emporio de los negocios y de las finanzas. Milán está repleto de galerías de arte, de exposiciones y de magníficas librerías. Nada falta a los ojos del visitante para convertir a esta ciudad en un atractivo destino digno de visitar. Recientemente he tenido el privilegio de recorrer sus bulliciosas calles, pues la tarea universitaria a veces ofrece este tipo de contraprestaciones. Al pasear Milán he tenido la íntima sensación de estar participando en un gran espectáculo y he sido como contaminado de una cierta sensación difícil de describir.

Los italianos siempre tuvieron un especial sentido de la belleza, como lo acredita el que gran parte del arte y de la estética, que conocemos y disfrutamos, nos haya llegado de allí. Artistas de la talla de da Vinci o Tiziano lo acreditan suficientemente; también sus músicos o la creación de la Ópera (atribuida a Emilio Cavaleri) son muestras de la capacidad italiana para lo estético. Todavía Italia y en particular Milán son referentes del arte, pese a que el hombre actual vive a un ritmo tal que

su concepto de la belleza espiritual o artística no aguarda a los momentos del goce que, en otro tiempo, parecían detener, sublimar y "eternizar" nuestra existencia; ahora nos parece bastante el instante, la sorpresa, y por eso se ha hecho de la "sorpresa", del "diseño efímero", del "diseño de temporada" el *summum* de la obra estética. Eso me ha parecido intuir (en el mejor sentido husserliano del término) cuando paseaba por vía Monte Napoleone dejándome llevar por la gentil compañía de Elena (amiga italiana, udinesa de nación y milanesa de condición, que amablemente me hacía de cicerone). Firmas como Versace, Armani, Valentino y un largo etcétera cubren esa vía milanesa haciendo de esa calle algo así como la Meca de la moda, del "arte" de nuestro tiempo. Cientos de personas peregrinando de uno a otro "templo del diseño", deteniéndose en sus vitrinas y contemplándolas repletas de muestras de la divinidad de los "señores" de la moda.

EMPORIO ARMANI

He podido comprobar cómo el individualismo materialista, recorría, a forma de perfume de incienso, los espacios de esos nuevos templos de nuestro tiempo, llenándolos como de un aparente clima de extraña veneración. Una nueva religión, cuyo fundamento está en la sola satisfacción de aspectos superficiales, surge en esos espacios, una religiosidad carente de significación trascendente, de fundamento que ofrezca sentido a la vida. La contemplación de esos nuevos templos me ha revelado la nueva ética de nuestro tiempo, la ética contractual, la ética egoísta, que sólo trata de conseguir el placer mediante la posesión de lujosas mercancías, símbolos de un falso éxito, fetiches del hombre contemporáneo, expuestos en templos laicos del mundo capitalista avanzado. Templos

donde el hombre falsifica ritos sagrados de veneración, adorando los símbolos (las marcas), los "becerros de oro" de nuestro tiempo. Templos donde la imagen del "sumo sacerdote" aparece en todas partes, debidamente etiquetada, demostrando la ubicuidad de aquella. Armani en su emporio, de al menos cuatro plantas, consigue estar siempre presente, uno lo siente en todas partes, su presencia llega hasta allí donde está su "ser creado", su "efímero diseño".

A la vista de todo aquel lujo, desfrenado, pasión y mística veneración de lo estético, de la lujosa y efímera imagen, a la luz del reconocimiento que cientos de personas otorgaban a la obra de esos pequeños "dioses de barro", no pude, ni puedo menos que plantearme las siguientes incertidumbres: ¿suministran estos nuevos templos y sus "divinidades" una significación verdaderamente satisfactoria de la vida? ¿No estaban allí aquellos cientos de personas buscando —equivocadamente,

pero buscando en cualquier caso— un cúmulo de significaciones que den sentido a la vida, un escape a las tensiones de la vida actual? ¿Qué valoración,

pues, merece esta circunstancia?

Mi respuesta no puede escapar de la desolación: la nueva materialidad del mundo contemporáneo, ajena al espíritu y a la ejemplaridad, donde los valores son "el poder", "el status" y "el éxito económico", no admite ninguna otra norma ética o moral. La competitividad de este mundo individualista, sustentada mediante la lucha (de todos contra todos) en las trincheras de los derechos individuales, ha sustituido los valores de cooperación y solidaridad por los valores del éxito y del poder individual. Precisamente esto es lo que, a la perfección, representan esos templos de lo estético llamados Valentino, Versace o Armani. Mientras tanto, Milán bien merece otros ojos.



STUDIO JIMENEZ

TODO EN FOTOGRAFÍA (b/n, color y digital), CINE Y VÍDEO

Avda. Ronda de los Tejares, 15 • Telfs. 957 47 69 42 / 957 47 65 37