



por Carmen Posadas

Estética Bezos

En un reciente artículo, el filósofo Javier Gomá reflexionaba sobre cómo la vulgaridad ha conseguido algo que parecía imposible e incluso un oxímoron: conquistar la alta cultura. «La sociedad —apunta Gomá— se ha estructurado siempre en dos niveles, con una mayoría que obedecía a una minoría que se encargaba de establecer los modelos sociales del comportamiento correcto: cómo hablar, obrar, amar, comer, vestir. Y luego estaba la llamada 'cultura popular' o 'baja', con sus propios códigos, tolerada porque, al ser menos compleja, confirmaba la excelencia de la cultura codificada y nadie confundía una con otra». A este respecto el gran filósofo francés Gilles Lipovetsky, que también ha estudiado el fenómeno de la alta y la baja cultura, apunta que ambas comenzaron a converger al surgir lo *kitsch*, término que empezó a usarse hacia 1860 para designar a los muebles, alfombras, joyas, etcétera, de menor calidad que la clase media adquiría para emular a la aristocracia. Muchos años más tarde, en los 50 y 60 del siglo pasado, en los Estados Unidos lo *kitsch*, que la RAE define como «estética pretenciosa y de mal gusto», se democratizó y la sociedad de consumo lo hizo suyo. Pero el gran salto de lo *kitsch* hacia la alta cultura comenzó con Andy Warhol, cuando consiguió que lo banal, lo cotidiano o incluso lo feo se volvieran arte. Dignos seguidores de su estela son en la actualidad Damien Hirst y Jeff Koons, el artista vivo, por cierto, que más caro vende (91 millones de dólares es su récord). De alguna manera, en lo que a arte se refiere, todos hemos asimilado que lo feo y lo vulgar pueden ser piezas de

museo y alcanzar precios siderales. En cambio, hasta ahora no habíamos asistido a la entronización del mal gusto en otras esferas, como la moda. Por supuesto, siempre han existido en esta esfera propuestas contraculturales o deliberadamente provocadoras como lo punk o la estética queer. Pero yo me refiero a una circunstancia nueva que se está produciendo ahora, una que se sintetiza en este titular aparecido hace poco en la prensa. «El dinero no puede comprar el buen gusto, pero sí puede comprar a quien lo dictamina». En breve, el Museo Metropolitano de Nueva York, junto con la revista Vogue, inaugurarán una gran exposición de más de mil metros cuadrados en torno a la moda. Tradicionalmente los patrocinadores del evento eran las grandes marcas, árbitros y prescriptores del lujo más caro y refinado, como Vuitton o Loewe. En esta edición, en cambio, los patrocinadores, y por tanto quienes dictan a quién se invita y a quién no,

primera vez que Kim asistió a los desfiles de la Semana de la Moda de París, no pocos gurús del sector se rasgaron sus elegantes vestiduras. Pero, luego, Kim y su ahora exmarido aparecieron en la portada de Vogue y, desde entonces, las marcas más sofisticadas se dan de bofetadas por diseñar ropa a su gusto. En el caso de Bezos, sin embargo, no se trata de un capricho de multimillonario ni un mero afán por ser aceptado por quienes marcan la estética. Se trata más bien de la estrategia de un todopoderoso que se da cuenta de que, en el mundo actual, el poder no se reduce solo a controlar los medios de comunicación (él ya es dueño de The Washington Post). Tampoco va de controlar las tecnologías o las infraestructuras, como hace Bezos desde hace décadas. El verdadero control pasa por dictar los gustos; en definitiva, por reinventar los cánones. Como también, por cierto, está haciendo Trump, que se ha convertido en el mayor influencer del planeta. Sus cornucopias doradas son la última tendencia; sus gorras con mensajes, el colmo de la elegancia; y su léxico de nene de cinco años malcriado y mal

Cuando Lauren Sánchez sea nombrada la mujer más elegante del año, volverá el buen gusto. Así ha sido siempre, todo es pendular

serán Jeff Bezos y su mujer, Lauren Sánchez. Hasta hace poco, se decía que el lujo y el buen gusto «eran aquello que no se grita con la ropa que se usa, sino que se susurra para que solo lo capte quien es como uno». Ahora, y a juzgar por la estética de la multimillonaria pareja, la cosa irá más de gritos que de susurros... Pero, bah, *peccata minuta* que nos parezcan una pareja de poligoneros; en cuanto los árbitros de la elegancia que dependan de ellos hagan suya la estética Bezos, nos parecerán superchics. Como ha ocurrido ya con las Kardashian. La

hablado, la nueva forma de diplomacia metternichiana. Pero no se alarmen. Cuando andemos todos por ahí en chándales de leopardo de Dolce & Gabbana, cuando Lauren Sánchez sea nombrada la mujer más elegante del año y cuando estemos todas y todos recauchutados hasta parecer salchichas, volverá el buen gusto. Así ha sido siempre, todo es pendular. Pero ojalá no tarde demasiado el cambio porque, no sé a ustedes, pero a mí esto de vivir en Trumplandia intentando emular a Kim y a Lauren se me da fatal. ■