



Si eres hater del Mundo Rural, no leas este libro

Reto demográfico.

Una mirada en positivo

emprededorex

EDITORIAL

Capítulo 1

La belleza de lo rural.

Reto demográfico.

Una mirada en positivo



empredorex
EDITORIAL

Las personas tenemos una inclinación hacia lo bello y todo lo que conlleva, y un rechazo hacia lo feo. Desde esta actitud primaria tomamos nuestras principales decisiones (compramos lo que asimilamos a lo bello y declinamos lo relacionado con lo feo). Pese a que los atributos más importantes que configuran el sentido de la belleza están presentes en el mundo rural, sin embargo los mensajes de lo urbano asociado a lo bello (deseable) y lo rural como feo (indeseable), han ganado la batalla del relato y se han instalado en el imaginario colectivo.

La belleza está en lo rural.

El mundo urbano a través de sus poderosos mecanismos de propaganda y fuerza mediática ha sabido etiquetarse como espacio deseable para vivir, vendiendo a la humanidad un billete a la felicidad que la mayoría de las personas ha comprado sin rechistar. Aunque estamos catalogados como especie inteligente, así de básicos y primarios somos los humanos, así de endeble es nuestro criterio a la hora de tomar las decisiones más importantes.

A continuación vamos a analizar cómo las principales fuentes de la belleza se hacen presentes en lo rural y son consustanciales a su realidad, un paso necesario para reivindicar y resignificar su identidad, mostrando al mundo su encanto esencial basado en sus atributos de lo bello, redefiniendo su visión preconcebida y los prejuicios que le condenan. Y todo ello para la construcción de un nuevo relato que revele al mundo sus valores, rompiendo la visión preconcebida y prejuicios infundados que existen sobre él, para mostrarlo como un espacio bello y bueno en el que vivir y ser felices.

Los atributos de la belleza. Para resignificar el mundo rural debemos asociarlo a sus valores intrínsecos de belleza.

La belleza es una categoría que asociamos y componemos de muchos atributos, los cuales orientan nuestras decisiones: deseable, gustoso, bonito, hermoso, guapo, precioso, elegante, sensual, agraciado, fino, motivador, rico, abundante, majestuoso, equilibrado, armónico, confortable, cómodo, inspirador, motivante, que “mola”...

Pero ¿qué es la belleza? ¿Qué es lo bello?

Podríamos estar discutiendo sobre la belleza durante largo tiempo y no generar un consenso porque su construcción mental se elabora a partir de elementos subjetivos (apreciaciones personales) y objetivos (coincidencia en las apreciaciones mayoritarias de muchos individuos), por eso es una realidad intersubjetiva a cuya naturaleza es necesario que nos aproximemos si queremos acercarnos a la raíz donde se crean los prejuicios sobre el mundo rural, como paso necesario para disolverlos.

Más allá de las apreciaciones personales, hay una creencia social (compartida) de qué es bello y qué no es bello. Si nos asomamos a las primeras creaciones artísticas del ser humano, podemos comprobar como la concepción y la plasmación de la belleza ha ido variando (primeras representaciones escultóricas, pinturas rupestres, clasicismo, románico, gótico, barroco...).

Quizá la visión más influyente de la belleza es la que hemos heredado de la Grecia clásica, donde aparece unida a la bondad (categoría estética/ética), un binomio que permanece hasta nuestros días para asociar lo bello y lo bueno como ideal de vida.

Sin embargo, nadie como Eugenio d'Ors entiende el cambio histórico desde su carácter cíclico, y cómo la belleza va unida a la vida misma, marcando el lugar de encuentro y la forma de relación entre el ser humano y el mundo; y, por ende, definiendo lo que es deseable en cada momento histórico.

D'Ors describe el fluir del tiempo histórico en torno a un ciclo sin fin que podemos asociar a una estética (estilo) que se agota en el tiempo y retorna (clásico, barroco, rococó), definida por el uso del ángulo recto, la curva y el adorno, la quietud, el movimiento y la agitación, etc.

Por tanto, igual que la belleza se nos revela con una componente personal y social, también se manifiesta con otra temporal (moda) e intemporal (apreciación estética que permanece en el tiempo), dentro de una espiral cíclica que define tiempos históricos plasmados en estilos artísticos (clásico, barroco, rococó).

La belleza tiene una parte fija y otra cambiante. Igual que el ángulo recto o la curva, la quietud o el movimiento, lo minimalista o lo abigarrado...

pueden formar parte de las apreciaciones estéticas y gustos de una persona, también pueden fraguar en un estilo y definir una época. Un mecanismo similar que da forma a la elección mayoritaria de una civilización a la hora de establecer su ideal de vida en torno a lo rural o lo urbano, definiendo el gusto en toda una época. Esto nos ayuda a entender bien cómo a lo rural se le ha despojado de los atributos de lo bello a favor de lo urbano, pero a la vez nos pone ante la evidencia que es una realidad que se puede revertir.

Kant define lo bello como aquello que nos produce un placer inmediato despojado de cualquier consideración teórica o moral. “ La belleza es la forma de la finalidad de un objeto en cuanto ésta es percibida sin la representación de un fin”.

El juicio vinculado a la valoración de la belleza es apriorístico y subjetivo. Lo bello, que para Kant es “el objeto de un placer desinteresado”, también puede ser creado de manera interesada para influenciar una determinada apreciación estética y todo lo que esto conlleva (aspiración, deseo...); un ejercicio que realizan con maestría los poderes mediáticos del mundo urbano.

Aristóteles consideraba lo bello, como lo que es valioso por sí mismo y a la vez nos agrada, proporcionándonos placer o admiración. Una visión que nos puede ayudar también a resignificar lo rural asociado a lo bello desde la autenticidad y su puesta en valor.

La significación de lo rural como fuente de estética pura. Deconstruyendo lo rural para obtener sus esencias.

Los elementos que configuran lo rural contienen muchos más argumentos estéticos que el entorno urbano, máxime aún cuando buena parte de lo que constituye lo bello en el mundo urbano puede ser generado en lo rural, pero no a la inversa.

Existe cierto consenso con que la percepción de la belleza implica un contexto de equilibrio y armonía con la naturaleza, produciendo atracción y bienestar emocional.

Elementos asociados a lo rural, como placer, satisfacción, inmersión, inspiración, autenticidad, experiencias sensoriales, estímulos visuales, auditivos, sabores, olores, texturas, calidad visual...

Además de los atributos propios de la belleza descritos con anterioridad, tienen su máxima expresión en el entorno rural con todo el encanto de sus lugares prístinos, los cuales nunca podrán hallarse en la ciudad, así como otros que surgen del encuentro entre el hombre y la naturaleza (espacios culturales antropizados).

¿Entonces por qué el mundo urbano ha desplazado al rural como fuente de belleza, con todo lo que ello conlleva?

Decía Confucio que cada cosa tiene su belleza, pero no todos pueden verla. Una afirmación que revela que la belleza de lo rural si no es resaltada y revelada, muchos urbanitas nunca la podrán ver, y buena parte del mundo solo será capaz de apreciar los valores del mundo urbano, por contar con altavoces y mensajes atronadores que llegan a todos los rincones de la civilización.

Aunque la belleza de las cosas existe en el espíritu del que las contempla, como sostenía Hume, también podemos ser educados e influenciados para ver ciertas cosas bellas y otras no, como ocurre en nuestra percepción sesgada de lo rural a favor de lo urbano.

Es ineludible que identifiquemos la belleza de lo rural para que el mundo pueda amarla. “La belleza no hace feliz al que la posee, sino a quien puede amarla y adorarla” (Hermann Hesse).

Descubrir que en lo rural vive una belleza que enamora, frente a otra que atrae y está en lo urbano.

La belleza que atrae rara vez coincide con la
belleza que enamora.

Ortega y Gasset

La apropiación de lo urbano de los atributos de la belleza ganando la guerra del relato.

En definitiva, todas las personas tenemos construido en nuestro interior un sentido de lo bello, que tiene que ver con nuestras propias apreciaciones, pero también con lo aprendido, con la cultura y el poder mediático. Por tanto, se puede hacer, y de hecho se está haciendo, una construcción interesada de lo bello asociado a lo urbano y de lo feo a lo rural, alterando de manera artificial nuestras decisiones vitales y propensiones de compra hacia lo urbano, que se convierte en lo “deseable”, lo que es “bueno” y por tanto “nos conviene”.

Un relato que termina cuajando en un discurso dominante.

En el discurso dominante lleno de cantos de sirena, señuelos y trampantojos, se manifiestan las “excelencias” de lo urbano sobre lo rural, desde las categorías de lo bello-urbano (bueno, estético, elegante, moderno, armonioso, placentero, deseable...), y sus antitéticas de lo feo-rural (malo, cutre, viejo, cateto, indeseable...).

Al final, los urbanitas hablan de lo chulo y lo que mola la ciudad, y los ruralitas de lo oscuro y pobre que es lo rural. Puede que no se diga así exactamente, pero es el mensaje de fondo que cala en la mente de la gente.

El ejercicio de descubrir la belleza de lo rural para ser revelada al mundo.

Describir la belleza de lo rural solo está al alcance de las personas que nos hemos expuesto a ella de manera total y prolongada, las personas que hemos podido sentirla y desgranar uno a uno sus encantos. Los que hemos vivido aquí por largo tiempo.

En invierno, el sol tibio, el olor de la escarcha, la helada sobre los campos...

En primavera, el colorido de los campos, el perfume floral del viento, la sinfonía de los pájaros, las delicias culinarias silvestres, el placer de trabajar con la mirada perdida en el horizonte...

En verano, el olor a poleo, el croar de las ranas, la sombra sobre los centenarios muros de piedra, el refrigerio reparador tras una larga caminata...

En otoño, la paleta de colores mágica sobre los campos, el olor a tierra mojada, el brotar de la vida en el campo, la otoñada, el trajín del lagar y el olor a uvas maduras... bienestar, equilibrio, intelecto, inmersión experiencial... belleza, belleza de verdad, belleza en estado puro.

El reto es revelar esta belleza con todos sus atributos y experiencias, al resto del mundo.

La belleza es la base para construir nuestros mundos.

A partir de la construcción intersubjetiva de la belleza es desde donde tomamos nuestras decisiones de futuro (dónde vivir, estudiar, trabajar, divertirnos, emparejarnos...). Por eso es tan importante generar un nuevo relato sobre la misma asociada al mundo rural.

La propia Comisión Europea, para reinventar el futuro de la Unión, lo hace dese tres pilares: la belleza, la inclusividad y la sostenibilidad; constituyendo los cimientos de la Nueva Bauhaus Europea, una oportunidad única para generar una nueva identidad de lo rural basada en la reivindicación de la belleza.

Hagamos un futuro sostenible e inclusivo que
resulte hermoso a los ojos, la mente y el alma.

Úrsula von der Leyen.