

## La estetización del mundo

Publicat per [Centre d'Informació i Documentació](#) [1] el 31/03/2015 - 08:51 | Última modificació: 12/08/2015 - 16:10



Ens ha arribat al Centre la darrera obra del sociòleg francès Gilles Lipovetsky, '[La estetización del mundo](#) [2]' escrita en col·laboració amb Jean Serroy i publicada per Anagrama, on analitza com l'art i el comerç s'han hibridat en el món actual.

Lipovetsky, professor agregat a la Universitat de Grenoble, entre les seves obres hi ha '[Els Temps hipermoderns](#) [3]' o '[La Cultura-mundo : respuesta a una sociedad desorientada](#) [4]', que també podeu consultar al Centre.

Us proposem llegir aquesta ressenya i també aquí [el principi del llibre](#) [5] :

Justo Barranco | [La Vanguardia](#) [6], 1 Febrer 2015

### El capitalismo esdevé art

Va defensar en un dels seus llibres més coneguts, 'La era del vació', que vivíem en una nova fase de la història, en la postmodernitat. Però més tard el sociòleg francès Gilles Lipovetsky va assegurar que s'havia equivocat, que no hem estat mai postmoderns perquè no hem superat mai la modernitat i les seves idees estrella: la democràcia, la raó, la tecnociència, els drets humans i el mercat. De fet, vivim en la hipermodernitat. Què és? La radicalització dels principis de la modernitat, que van començar al segle XVIII però que van donar lloc a molts conflictes: els tradicionalistes rebutjaven la ciència; els marxistes, el mercat. La modernitat va ser frenada per les ideologies i la tradició. Però avui hem entrat en la desregulació total: del mercat, dels hàbits de vida, de la ciència.

Hem passat a un món *hiper* que Lipovetsky ha analitzat des de moltes perspectives i sobre el qual ara torna amb Jean Serroy amb 'La estetización del mundo', el subtítol del qual és 'Vivir en la época del capitalismo estético'. Perquè hi analitza com, el capitalisme, acusat fa tant de temps de destruir-ho i enlletgir-ho tot, en realitat avui també funciona com a empresari artístic i motor estètic. Com, en el món del capitalisme hipermodern amb la globalització, la financerització, la desregulació i les megalòpolis hiperbòliques, també hi ha un altre tipus d'inflació: la inflació estètica.

Observa que el capitalisme contemporani ha incorporat a grandíssima escala les lògiques de l'estil i del somni, la seducció i la diversió, en l'univers consumista. En el capitalisme d'hiperconsum hi ha "una nova manera de producció estètica". L'autor sap que pot semblar un oxímoron en el moment en què vivim els desagradables estralls socials, ecològics i humans de la financerització de l'economia, però és l'esperit de la nova època, que ha esborrat les muralles entre l'economia i l'estètica, la indústria i l'estil, la moda i l'art, el comerç i la creació, la cultura de masses i l'alta cultura. Tot s'hibrida i es curtcircuita.

El món ha tingut quatre edats en l'activitat estètica, recorda. En la primera, l'art servia per al ritual, en la segona, des de finals de l'edat mitjana fins al segle XVIII, l'artista ja no és artesà, apareix l'artista-gení que crea obres destinades a un públic adinerat i instruït; és llavors quan comença l'autonomització del domini artístic i estètic, arrenca la vida cortesana, la moda. El tercer moment apareix en els segles XVIII i XIX, en què l'art és cada



vegada més autònom, reivindica la seva sobirania i les seves lleis, tot i que llavors apareix també un art comercial. Tota l'edat moderna es configura per l'oposició entre l'art i el comerç, l'art i l'entreteniment, pur i impur. L'art es presenta amb una funció més elevada que mai: pot fer avançar la humanitat cap a la llibertat, la raó i el bé. És la religió de l'art i hi ha fins i tot utopies per a la vida. Tot i que alhora sorgeix un nou interès per l'artesanía –Ruskin, l'Art Nouveau, el moviment Arts & Crafts– i es vol portar l'art en tots els aspectes de la vida amb les arts decoratives.

Finalment hauria arribat l'època actual, que ha acabat fusionant tots els oposats anteriors: les avantguardes revolucionàries de l'art avui són sostingudes per institucions oficials. El capitalisme artístic multiplica els estils, les tendències, els espectacles, llança sense parar noves modes i crea somnis i emocions. Les marques de moda per al gran públic copien els codis del luxe. El patrimoni es rehabilita a imatge dels decorats cinematogràfics. Els centres urbans es disneyfiquen. Les desfilades semblen *performances*. Els jardiners es converteixen en paisatgistes, els perruquers en estilistes i els sastres en directors artístics.

I tot en un món en què ha nascut un individu estètic de nou encuny que vol viure moments de plaer, descobriment o evasió. Un hiperconsumidor bulímic de novetats que, curiosament, ha absorbit els valors promoguts pels artistes bohemis del segle XIX: hedonisme, creació i autorealització, autenticitat, expressivitat, recerca d'experiències. Els valors dominants exaltats pel capitalisme de consum. Hi ha un ideal estètic de la vida centrat en la recerca de sensacions immediates, la diversió, la qualitat de vida, la invenció i l'autorealització. Malgrat tot això, acaba Lipovetsky, aquestes aspiracions són difícils de conciliar amb una societat on a més de l'estètica imperen la competència, l'eficiència o la mobilitat. Es tracta d'un "Homo aestheticus" ansiós i reflexiu, esquizofrènic, que intenta conciliar exigències socials antinòmiques. La sortida passa per entendre que la modernitat ja ha superat la prova de la quantitat i del cada vegada més i ha de passar a la qualitat en la relació amb les coses, la cultura i el temps en què vivim.

Podeu consultar aquest llibre al [Centre d'Informació i Documentació](#) [7]

[Inicia sessió](#) [8] o [registra't](#) [9] per enviar comentaris

**Categories:** Sociologia de la cultura

**Categories:** Indústries culturals i creatives

**Etiquetes:** consum

**Etiquetes:** capitalisme

**Etiquetes:** filosofia

**Etiquetes:** estètica

- [10]

**URL d'origen:** <http://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2015/estetizacion-del-mundo>

#### **Enllaços:**

[1] <http://interaccio.diba.cat/members/centre-dinformacio-documentacio>

[2] <http://cercler.vtlseurope.com/lib/item?id=chamo:11374&theme=CERC>

[3] <http://cercler.vtlseurope.com/lib/item?id=chamo:8562&theme=CERC>

[4] <http://cercler.vtlseurope.com/lib/item?id=chamo:9694&theme=CERC>

[5] [http://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/cidoc\\_estetizacion\\_mundo\\_lipovetsky.pdf](http://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/cidoc_estetizacion_mundo_lipovetsky.pdf)

[6] <http://www.lavanguardia.com/index.html>

[7] <http://cercler.diba.cat>

[8] <http://interaccio.diba.cat/>

[9] <http://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[10] <http://interaccio.diba.cat/node/5746>