Gilles Lipovetsky, Jean Serroy

"*La Estetización del Mundo. Vivir en la época del Capitalismo Artístico*" de Editorial Anagrama.

España. 416 páginas.

Por: Jean-Denis Rosales Gutiérrez

Fecha de Recepción: 12 de julio de 2016 **Fecha de Aceptación**: 15 de agosto de 2026

RESUMEN DEL LIBRO

La estetización del mundo de Gilles Lipovetsky y Jean Serroy no es una obra de sociología corriente. Al igual que en "*La Felicidad Paradójica*" y en "*La Pantalla Global*", se vuelve a encontrar, no con un mero ensayo parcial que aborda aspectos puntuales de la sociedad contemporánea, sino con una obra general, de gran aliento, con un muy fuerte contenido teórico, que viene a resumir las propuestas de obras anteriores, sin olvidar la tesis central del sociólogo parisino: la economía ya no se rige por el oportunismo de la oferta y la demanda, sino por una lógica basada en la dinámica de la moda; una producción de mercancías crecientemente diferenciadas y renovadas y búsqueda de una parcelación del consumo que incremente los beneficios y las satisfacciones.

En cierto modo, es el fin que buscaba **Piero Sraffa**, el gran estudioso de David Ricardo: la producción de mercancías por medio de mercancías. La producción ya no impone, ensaya; la distribución no vende, seduce; y el consumo supera el estadio de la necesidad para conquistar el reino de la libertad. Los autores repasan multitud de procesos y aspectos: la evolución del comercio-espectáculo, la revolución del diseño, la fusión de arte y economía, el look, el empaquetado, el turismo cultural, lo kitsch, la dictadura de la belleza, los reality shows, los tatuajes, los ricos y famosos, el cine, la música portátil, la comida basura, Internet, las redes sociales.

Ni que decir tiene que Lipovetsky y Serroy describen un estado ideal de cosas que en teoría reflejaría el funcionamiento perfecto de la democracia liberal. Saben que el capitalismo produce injusticias, diferencias económicas crecientes, y toneladas de basura y fealdad, pero no describen el peor aspecto del capitalismo, sino la mejor cara que podría tener. No todas las democracias son iguales. Sin perder de vista estas premisas, La estetización del mundo, es un auténtico tratado de ética de la producción y el consumo que se convierte en ética estética precisamente, porque los dos procesos tienden al mismo fin: la reproducción del mundo a la medida de los más básicos deseos; es la felicidad paradójica del mejor de los mundos que puede ofrecer el capitalismo global que nos invade.

Por decirlo suavemente, "*el capitalismo no tiene buena imagen*". Si se hiciera una lista con los términos y juicios que se atribuyen con más frecuencia al liberalismo económico, tanto en la opinión pública como entre numerosos intelectuales, no cabría duda de que los cargados con valores negativos superarían a los más positivos. Esto era verdad ayer, lo es en cierta forma todavía el día de hoy, aunque las diatribas del anticapitalismo revolucionario hayan perdido su antigua credibilidad.

Capacitado para aumentar las riquezas, para producir y difundir en abundancia bienes de todas clases, el capitalismo sólo ha conseguido generar crisis económicas y sociales profundas, aumentando las desigualdades, provocando grandes catástrofes ecológicas, reduciendo la protección social, aniquilando las capacidades intelectuales y morales, afectivas y estéticas de los individuos.

Al no hacer suyos más que la rentabilidad y el reino del dinero, el capitalismo aparece como una apisonadora que no respeta ninguna tradición, no honra ningún principio superior, ni ético, ni cultural,

ni ecológico. Al ser un sistema dominado por un ánimo de lucro sin otro fin que él mismo, la economía liberal ofrece un aspecto nihilista cuyas consecuencias no son únicamente el paro y la precarización del trabajo, las *desigualdades sociales* y los dramas humanos, sino también la desaparición de las formas armónicas de vida, la evaporación del encanto y del gusto de la vida en sociedad: un proceso que Bertrand de Jouvenel llamaba «*pérdida de amabilidad*». Riqueza del mundo, empobrecimiento de la vida; triunfo del capital, liquidación del saber vivir; imperio de las finanzas, «*proletarización*» de los estilos de vida.

El capitalismo aparece, así como un sistema incompatible con una vida estética digna de este nombre, con la armonía, la belleza, la satisfacción. La economía liberal destruye los elementos poéticos de la vida social; produce en todo el planeta los mismos paisajes urbanos fríos, monótonos y sin alma, impone en todas partes las mismas libertades de comercio, homogeneizando los modelos de los centros comerciales, urbanizaciones, cadenas hoteleras, redes viarias, barrios residenciales, balnearios, aeropuertos: de este a oeste, de norte a sur, se tiene la sensación de que estar aquí es como estar en cualquier otra parte.

La industria crea baratijas kitsch y no cesa de lanzar productos desechables, intercambiables, insignificantes; la publicidad «*contamina visualmente*» los espacios públicos; los medios venden programas dominados por la idiotez, la vulgaridad, el sexo, la violencia o, por decirlo de otro modo, «*tiempo de cerebro humano disponible*». Por construir megalópolis caóticas y asfixiantes, por poner en peligro el ecosistema, por descafeinar lassensaciones, por condenar a las personas a vivir como rebaños estandarizados en un mundo insípido, el modo de producción capitalista se estigmatiza como barbarie moderna que empobrece la sensibilidad, como orden económico responsable de la devastación del mundo: «*afea la tierra entera*», volviéndola inhabitable desde todos los puntos de vista. Este juicio es ampliamente compartido: la dimensión de la belleza se reduce, la de la fealdad se extiende. El proceso desencadenado por la Revolución Industrial prosigue inexorablemente: lo que se perfila, día tras día, es un mundo más desagradable.

¿No hay fallos en este cuadro tan implacable? ¿Se está condenado a aceptarlo en bloque? Si el reinado del dinero y la avaricia tiene efectos innegablemente calamitosos en el plano moral, social y económico, ¿ocurre lo mismo en el plano propiamente estético? ¿Se reduce el capitalismo a esta máquina de degradación estética y afeamiento del mundo? La hipertrofia de las mercancías ¿discurre paralelamente a la atrofia de la vida sensible y de las experiencias estéticas? ¿Cómo pensar el dominio estético en la época de la expansión mundial de la economía de mercado? Son preguntas a las que nos proponemos responder aquí.

Los aspectos devastadores de la economía liberal son tan evidentes que no tendría sentido ponerlos en duda. Lo cual no quiere decir que no haya realidades más agradables que inviten a repasar lo que está en juego en la escena del capitalismo de consumo super desarrollado. Se tiene que radiografiar un orden económico cuyos efectos son menos unidimensionales y más paradójicos de lo que dicen sus enemigos más feroces.

Las lógicas productivas del sistema han cambiado en el curso de su historia secular. Ya no se está en la época en que la producción industrial y la producción cultural remitían a universos separados, radicalmente inconciliables; se está en la fase en que los sistemas de producción, distribución y consumo están impregnados, penetrados, remodelados por operaciones de naturaleza fundamentalmente estética. El estilo, la belleza, la movilidad de los gustos y las sensibilidades se imponen cada día más como imperativos estratégicos de las marcas: lo que define el capitalismo de hiperconsumo es un modo de producción estético.

En las industrias de consumo, el diseño, la moda, la publicidad, la decoración, el cine, el mundo

del espectáculo crean en masa productos cargados de seducción, promueven afectos y sensibilidad, organizan un universo estético proliferante y heterogéneo mediante el eclecticismo de estilos que se despliega en él. Con la estetización de la economía se vive en un mundo caracterizado por la abundancia de estilos, de diseños, de imágenes, de historias, de paisajismo, de espectáculos, músicas, productos cosméticos, sitios turísticos, museos y exposiciones.

Si el capitalismo engendra un mundo «*inhabitable*» o «*el peor de los mundos posibles*», está igualmente en la raíz de una verdadera economía estética y de la estetización de la vida cotidiana: *en todas partes lo real se construye como una imagen que integra en ella una dimensión estético-emocional que se ha vuelto central en la competición que sostienen las marcas*. Es lo que se llama capitalismo artístico o creativo transestético, y que se caracteriza por el peso creciente de los mercados de la sensibilidad y del proceso diseñador, por un trabajo sistemático de estilización de los bienes y lugares comerciales, de integración generalizada del arte, del look y de la sensibilidad afectiva en el universo consumista. Al crear un paisaje económico mundial caótico estilizando el universo de lo cotidiano, el capitalismo no es tanto un ogro que devora a sus propios hijos como un Jano de dos caras.

Así, la expansión del capitalismo financiero contemporáneo no excluye en modo alguno la potenciación de un capitalismo de tipo artístico en ruptura con el modo de regulación fordiano de la economía. Por eso no es necesario prestar oídos a un capitalismo que, menos cínico o menos agresivo, vuelva la espalda a los imperativos de racionalidad contable y de rentabilidad máxima, sino a un nuevo modo de funcionamiento que explota racionalmente y de manera generalizada las *dimensiones estético-imaginario-emocionales con fines de ganancia y conquista de mercados*.

De aquí, se sigue, que se está, en un ciclo nuevo caracterizado por una relativa desdiferenciación de las esferas económicas y estéticas, por la desregulación de las distinciones entre lo económico y lo estético, la industria y el estilo, la moda y el arte, el pasatiempo y la cultura, lo comercial y lo creativo, la cultura de masas y la alta cultura: desde este momento, en las economías de la hiper-modernidad, estas esferas se hibridan, se mezclan, se cortocircuitan, se interpenetran.

Una lógica de la desdiferenciación que no es tanto posmoderna como hipermoderna, hasta tal punto se inscribe en la dinámica de fondo de las economías modernas caracterizándose por la optimización de los resultados y el cálculo sistemático de costes y beneficios. Paradoja: cuanto más se impone la exigencia de racionalidad calculada del capitalismo, más concede éste una importancia de primer orden a las dimensiones creativas, intuitivas, emocionales.

La profusión estética hipermoderna es hija de «*las frías aguas del cálculo egoísta*» (Marx), de la cultura moderna de la racionalidad instrumental y de la eficacia económica. En este sentido, el «abordaje de reconocimiento» (Heidegger) es, más que nunca, la ley del cosmos hipermoderno, sólo que el predominio de la racionalidad productiva y comercial no elimina en absoluto el empuje de laslógicas sensitivas e intuitivas, cualitativas y estéticas. Y, simultáneamente, la hegemonía planetaria del «*calcularlo todo*» no debe ocultar la multiplicación de creaciones con fines emocionales. La ley homogénea del abordaje de reconocimiento y de la economización del mundo es la que conduce a una estetización ilimitada al mismo tiempo que pluralista, desprovista de unidad y de criterios consensuales. De ahí la nueva fase de modernidad que nos caracteriza: después del momento industrial productivista, he aquí la era de la hipermodernidad, al mismo tiempo «*reflexiva*» y estético-emocional.

Gilles Lipovetsky es el autor de los celebrados ensayos La era del vacío, El imperio de lo efímero, El crepúsculo del deber, La tercera mujer, Metamorfosis de la cultura liberal, El lujo eterno (con Elyette Roux), Los tiempos hipermodernos (con Sébastien Charles), La felicidad paradójica, La sociedad de la decepción, La pantalla global, La cultura-mundo, La estetización del mundo, La nueva

era del kitsch (estos cuatro últimos con Jean Serroy), El Occidente globalizado (con Hervé Juvin), De la ligereza, Gustar y emocionar y La consagración de la autenticidad, publicados todos ellos en Anagrama. Ha sido considerado «el heredero de Tocqueville y Louis Dumont» (Luc Ferry) y «una estrella de los analistas de la contemporaneidad» (Vicente Verdú). Es Caballero de la Legión de Honor y doctor honoris causa por las universidades de Sherbrooke (Quebec, Canadá), Sofía (Bulgaria) y Aveiro (Portugal).

Jean Serroy es crítico de cine y autor de una obra de referencia sobre el cine de los años 1985-2005: "*Entre Deux Siècles. 20 Ans de Cinéma Contemporain*".