

«Ha diffuso il gusto di circondarsi di cose artistiche»
Al Festival Filosofia il sociologo Gilles Lipovetsky difende «i molti meriti» dell'estetica del consumo

È IL CAPITALISMO, BELLEZZA

di STEFANO MARCHETTI

MODENA

LE SNEAKERS colorate che avete appena indossato non sono soltanto un paio di scarpe tecniche, ma sono soprattutto un'emozione. E la bibita con la bottiglietta 'griffata' dal famoso stilista è quasi un oggetto da collezione. «Il capitalismo artista ha portato a un'estetizzazione del mondo. E noi siamo diventati consumatori estetici», assicura il professor Gilles Lipovetsky, docente all'università di Grenoble, fra i principali studiosi delle trasformazioni della società contemporanea. Al Festival Filosofia di Modena, dedicato alle Arti, ha "rivelato" come oggi funzionino soprattutto i prodotti che hanno un valore estetico, cioè che si indirizzano alla sfera delle sensazioni e delle emozioni, e non semplicemente al bello in senso classico. «Il capitalismo artista è quello che costituisce e diffonde il mercato della sensibilità», afferma.

Professore, parlare di capitalismo artista può sembrare un ossimoro, una contraddizione...

«Perché si pensa che il capitalismo rappresenti solo il denaro, il profitto, la finanza. Già dal XIX secolo si è denunciato il capitalismo come macchina distruttrice della bellezza, del fascino e dell'armonia della vita. Certo, è anche questo, ma ci si è dimenticati che dalla metà dell'800 e per tutto il '900 è emersa anche un'altra faccia del capitalismo che ha incorporato e integrato la dimensione estetica, per un principio molto semplice: la bruttezza vende poco».

Insomma, il capitalismo si è rivestito d'arte?

«Sì, e questo non è avvenuto soltanto nel settore dei prodotti di consumo.

Pensi ai bar o ai ristoranti degli anni '50 e li metta a confronto con i bar lounge o i locali firmati di oggi. E gli aeroporti? Una volta erano perlopiù opere d'ingegneria, oggi sono creati da architetti e sembrano centri commerciali».

Qual è stato il cambiamento principale?

«A lungo ci siamo fondati su un'economia di tipo agricolo, totalmente priva di sensibilità. E c'erano miseria e fame, quindi l'estetica stava in disparte. L'economia era l'economia, l'arte era l'arte, la moda era la moda: oggi invece si sono tutte unite, in una dinamica di ibridazione. E così Vuitton ha fatto disegnare collezioni ad artisti celebri come Stephen Sprouse e Yayoi Kusama,

e la Renault ha creato auto con Benetton. Quella che io chiamo la società ipermoderna lavora al rimescolamento e all'annebbiamento di categorie e di frontiere: il consumo diventa sempre più esperienziale. La stessa cosa avviene anche nei musei...»

In che modo?

«Erano nati per la conservazione degli oggetti antichi, oggi presentano le collezioni di Armani, adottano la realtà virtuale, sono quasi scenografie».

Anche l'arte però è cambiata, nel contatto col capitalismo...

«Certo, e lo dimostrano le oscillazioni del mercato, con le quotazioni di artisti come Damien Hirst o Jeff Koons. Ma l'arte non è mai estranea alla questione del denaro: già nel '400 gli artisti lavoravano su commissione e alcuni capolavori non sarebbero nati, se non ci fosse stato qualcuno che li ha pagati e finanziati».

Qual è il suo giudizio su questa estetizzazione del consumo? È un bene o un male?

«A volte sento intellettuali scandalizzati per questo contatto fra il capitalismo e l'arte, come se tutto fosse tremendo, e magari poi le loro mogli adorano fare shopping e i loro figli ascoltano musica pop e hip hop. Credo dunque che non si debba demonizzare questo sistema che ha molti meriti: per esempio, il capitalismo artista ha portato la musica e l'immagine a molte più persone, e ha diffuso il gusto di circondarsi di cose artistiche. Si tratta, è vero, di un'estetizzazione popolare che non sempre si accompagna a cultura, ma è comunque un'estetizzazione».

Allora, come fare un passo avanti?

«Occorre rafforzare ed elevare il gusto per la qualità, e questo è compito dell'educazione, della scuola. È dall'infanzia che si forma il gusto artistico e, mi creda, se si innalza il gusto, il capitalismo si adatta».

Gran finale a Modena



Il Festival Filosofia si chiude con l'annuncio della parola chiave per il 2018. Fra i protagonisti a Modena Jean Luc Nancy, Enzo Bianchi e Chiara Frugoni (foto), a Carpi Agnès Giard, Umberto Galimberti e Carlo Sini, a Sassuolo Georges Vigarello, Marc Augé, Michela Marzano. Galleria Estense di Modena: Alessandro Bergonzoni (foto)