

«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)**