

LBRIS

We know  
books

GILLES LIPOVETSKY  
JEAN SERROY

# ESTETIZAREA LUMII



A trăi în timpul  
capitalismului artistic

Prefață și traducere din limba franceză de  
OANA ȘERBAN



---

Cartea Românească  
EDUCAȚIONAL

## CUPRINS

OANA ȘERBAN:	
O NOUĂ IDEOLOGIE: CAPITALISMUL ARTISTIC.....	5
NOTA (HYPERPERSONALĂ) A TRADUCĂTORULUI.....	17
<b>INTRODUCERE</b> .....	21
CELE PATRU VÂRSTE ALE ESTETIZĂRII LUMII.....	25
POATE FRUMUSEȚEA SĂ SALVEZE LUMEA? .....	39
A TRĂI ÎN TIMPUL CAPITALISMULUI ARTISTIC:	
ESTETICA VS. ESTETICA .....	42
<b>I. CAPITALISMUL ARTISTIC</b> .....	44
COMPLEXUL ECONOMIC-ESTETIC.....	45
INFLAȚIA DOMENIULUI ESTETIC .....	52
CELE PATRU CERCURI ALE CAPITALISMULUI ARTISTIC .....	65
ARTE ALE CONSUMULUI DE MASĂ ȘI CAPITALISMULUI ARTISTIC.....	71
ARTĂ, MODĂ ȘI INDUSTRIE:	
TIMPURILE HIBRIDIZĂRII ARTISTICE.....	78
EXPANSIUNEA ECONOMICĂ A LUMILOR TRANSESTETICE.....	91
ARTA CA PROFESIE.....	106
SPIRITUL CAPITALISMULUI ARTISTIC:	
FORȚA CRITICII SAU PUTEREA PIEȚEI?.....	115
<b>II. FIGURILE INAUGURALE</b>	
<b>ALE CAPITALISMULUI ARTISTIC</b> .....	123
CELE TREI FAZE ALE CAPITALISMULUI ARTISTIC .....	127
INVENTAREA MAGAZINULUI MARE: <i>PALAIS DU DÉȘIR</i> .....	128

REGATUL HAUTE COUTURE .....	140
PRODUCȚIA DE MASĂ ȘI GUSTURILE ESTETICE. DE LA FORD LA SLOAN .....	145
DESIGNUL, PRIMUL ACT: FUNCȚIONALISM ȘI PIAȚĂ .....	151
A DOUA VÂRSTĂ A DESIGNULUI .....	158
DE LA MARILE MAGAZINE LA CENTRELE COMERCIALE .....	171
CINEMA ȘI MUZICĂ: NAȘTEREA ARTELOR DE CONSUM ÎN MASĂ .....	178
DE LA RECLAMĂ LA PUBLICITATE .....	196
<b>III. O LUME A DESIGNULUI</b> .....	205
DESIGN ȘI ECONOMIA VARIETĂȚII .....	207
PE TOATE CONTINENTELE.....	211
ARTĂ, DESIGN ȘI SISTEME „STAR” .....	215
TIMPUL HIBRIDELOR.....	218
MEMORIE, DESIGN ȘI VINTAGE .....	221
UN DESIGN EMOȚIONAL.....	224
PROIECTARE ÎN FIECARE SENS .....	227
DESIGN, EXPRESIE ȘI VECTOR DE INDIVIDUALIZARE.....	229
PLURALISM ȘI ECLECTISM.....	231
DESIGN SUSTENABIL .....	233
<b>IV. IMPERIUL SPECTACOLULUI ȘI AL DIVERTISMENTULUI</b> .....	236
EPOCA HYPERSPECTACOLULUI .....	237
SPECTACOLUL ÎN EXCES .....	243
EXTINDERI ALE HYPERSPECTACOLULUI .....	255
SFÂRȘITUL PROMISIUNILOR SPECTACULARE?.....	266
O LUME KITSCH.....	272

V. STADIUL ESTETIC AL CONSUMULUI.....	283
ORAȘUL DE CONSUM .....	283
CONSUMATORUL TRANSESTETIC .....	293
CADRUL VIEȚII ȘI AMBIVALENȚELE SALE ESTETICE.....	303
DELICATESELE GURII .....	309
ÎNFRUMUSEȚAREA DE SINE .....	313
MODE ȘI LOOK-URI .....	324
INTERNAUTUL TRANSESTETIC .....	333
CONSUMUL CULTURAL: DE LA <i>HOMO FESTIVUS</i> LA <i>HOMO AESTHETICUS</i> .....	337
<b>VI. SOCIETATEA TRANSESTETICĂ. ÎNCOTRO?.....</b>	<b>346</b>
O ETICĂ ESTETICĂ DE MASĂ .....	346
O HYPERMODERNITATE DEZUNIFICATĂ.....	349
CONTRADICȚIILE CULTURII HYPERMODERNE.....	352
PARADOXURILE SOCIETĂȚII TRANSESTETICE.....	359
CALITATEA VIEȚII ȘI ACTIVISMUL.....	360
VIAȚA ESETICĂ ȘI VALORILE MORALE .....	367
SOCIETATEA ACCELERĂRII ȘI ESTETICA VIEȚII.....	371

## INTRODUCERE

Capitalismul nu beneficiază de cea mai bună imagine, iar acesta este lucrul cel mai modest pe care îl putem spune. Dacă am întocmi o listă cu termenii și judecățile pe care le utilizăm frecvent în raportarea la liberalismul economic, atât în rândul opiniei publice, dar și în cercurile de intelectuali, nu încapе nicio îndoială că elementele încărcate de valori negative le depășesc cu mult pe acelea încărcate cu valorile cele mai pozitive. Un asemenea lucru a fost adevărat ieri, tot atât de mult pe cât este valabil și astăzi, chiar dacă diatribele anticapitalismului revoluționar și-au pierdut vechea credibilitate. Capabil să crească bogăția, să producă și să distribuie în abundență bunuri de toate tipurile, capitalismul nu poate surveni decât prin generarea unor crize economice și sociale profunde, accentuând inegalitățile, provocând catastrofe ecologice majore, reducând protecția socială, aneantizând capacitățile intelectuale și morale, afective și estetice ale indivizilor. Urmărind profitabilitatea și domnia banului, capitalismul apare ca un tăvălug care nu respectă nicio tradiție, nu venerază niciun principiu superior, fie acesta etic, cultural sau ecologic. Ca sistem condus de un imperativ al profitului care nu are alt scop în afară de sine însuși, economia liberală expune un aspect nihilist, ale cărui consecințe nu sunt exclusiv șomajul și insecuritatea locurilor de muncă, inegalitățile sociale și dramele umane, ci și dispariția formelor armonioase ale vieții, stingerea farmecului și a bucuriei vieții în societate: un proces pe care Bertrand de Jouvenel îl numea „pierderea amenității”<sup>1</sup>. Bogăția lumii, sărăcirea existențelor; triumful capitalului, lichidarea științei de a trăi; supraputerea finanțelor, proletarizarea modurilor de viață.

---

<sup>1</sup> Bertrand de Jouvenel, *Arcadie. Essais sur le mieux-vivre* [1968], Paris, Gallimard, coll. Tel, 2002, pp. 149-151.

Capitalismul apare, totodată, ca un sistem incompatibil cu o viață estetică demnă de acest nume, cu armonia, frumusețea, viața bună. Economia liberală ruinează elementele poetice ale vieții sociale: aceasta angajează, pe întreaga planetă, aceleași peisaje urbane reci, monotone și lipsite de suflet, instalează peste tot aceleași francize comerciale, omogenizează modelele centrelor comerciale, ale subdiviziunilor și lanțurilor hoteliere, ale rețelelor de autostrăzi, ale cartierelor rezidențiale, stațiunilor balneare și aeroporturilor: de la est la vest, de la nord la sud, avem sentimentul că aici este ca în oricare altă parte. Industria creează gunoiul kitsch și nu urmărește decât lansarea produselor aruncabile, interșanjabile, ne semnificative; publicitatea generează poluarea vizuală a spațiilor publice; media vinde programe dominate de prostie, vulgaritate, sex, violență, altfel spus, „timpuri ale creierului uman disponibil”<sup>1</sup>. Se construiesc megapolisuri haotice și axfisiante, care pun în pericol ecosistemul, înghețând senzațiile și condamnând ființele la o trăire asemenea turmelor standardizate într-o lume fără arome, în vreme ce modul de producție capitalist este stigmatizat ca barbaria modernă ce sărăcește sensibilul, ca ordinea economică responsabilă pentru devastarea lumii: „eradicarea întregului pământ!”, făcându-l „nelocuibil din toate punctele de vedere”<sup>2</sup>. Perspectiva este împărțită pe larg: dimensiunea frumuseții se retrage, cea a urgenței se extinde. Procesul angajat de revoluția industrială continuă inexorabil: trăim într-o lume tot mai dizgrațioasă care, zi după zi, se dezvoltă.

Un tablou atât de implacabil este fără de cusur? Suntem condamnați, într-adevăr, să îl acceptăm întru totul? Dacă regatul banului și al lăcomiei are efecte incontestabil catastrofale asupra planului moral, social și economic, putem spune că va produce efecte similare și în planul cu adevărat estetic? Este capitalismul redus la această mașină a dezintegrării estetice și a deformării lumii? Poate hipertrofierea bunurilor să meargă mână în mână cu atrofierea vieții sensibile și a experiențelor estetice? Cum putem gândi domeniul estetic în timpul expansiunii globale a economiei

<sup>1</sup> După expresia lui Patrick Le Lay, care a născut o adevărată polemică în 2004. Referința face parte din Executive Interim Management, *Les Dirigeants face au changement. Baromètre 2004*, Paris, Éditions du Huitième Jour, 2004.

<sup>2</sup> Jean-Paul Dollé, *L'inhabitable capital. Crise mondiale et expropriation*, Fécamp, Lignes, 2010, p. 99.

de piață? Atât de multe sunt întrebările la care ne propunem să răspundem aici.

Aspectele devastatoare ale economiei liberale se impun cu o asemenea evidență încât nici nu se poate pune problema vreunui sâmbure de îndoială. Totuși, există nu mai puține realități aventuroase care ne invită să regândim ceea ce se joacă pe scena capitalismului de consum supradezvoltat. Trebuie să radiografiam ordinea economică ale cărei efecte sunt mai puțin unidimensionale și mult mai paradoxale decât o afirmă criticii săi depășiți.

De-a lungul istoriei sale seculare, logicile productive ale sistemului s-au schimbat. Timpul nu mai este rezultatul întâlnirii dintre producția industrială și cultură, care de acum se dau unor universuri separate, radical ireconciliabile; suntem în momentul în care sistemele de producție, distribuție și consum sunt impregnate, penetrate, remodelate de operații de natură fundamental estetică. Stilul, frumusețea, mobilizarea gusturilor și a sensibilităților se impun în fiecare zi, cu mai mult aplomb, ca imperative strategice ale mărcilor: traversăm un mod de producție estetic care definește capitalismul hyperconsumului. În industriile de consum, designul, moda, publicitatea, decorațiunile, cinema-ul, *business show*-urile au creat în masă producții încărcate de seducție, au vehiculat afecte și sensibilitate, angajând un univers estetic proliferant și eterogen prin ecletismul stilurilor dezvoltate. Odată cu estetizarea economiei, trăim într-o lume marcată de abundența stilurilor, a designului, a imaginilor, a narațiunilor, a peisagismului, a spectacolelor, a muzicii, a producției cosmetice, a siturilor turistice, muzeelor și expozițiilor. Astfel, capitalismul angajează o lume „nelocuibilă”, în care „cea mai rea dintre lumile posibile”<sup>1</sup> stă în egală măsură la originea unei veritabile economii estetice și a unei estetizări a vieții cotidiene: pretutindeni, realul se constituie ca o imagine care integrează o dimensiune estetic-emoțională devenită centrală în competiția în care sunt implicate mărcile. Aceasta este ceea ce am numit capitalism artistic sau creativ transestetic, care se caracterizează prin creșterea ponderii piețelor sensibilității și designului de proces, prin operarea sistematică a stilizării bunurilor și locurilor de piață, prin integrarea generalizată a artei, a *look*-ului și afectului în universul

---

<sup>1</sup> După titlul în limba franceză al uneia dintre cărțile lui Mike Davis: *Le pire des mondes possibles. De l'explosion urbaine au bidonville global*, trad. fr. Jacques Mailhos, Paris, La Découverte, 2006.

consumerist. Creând un peisaj economic mondial haotic și, în același timp, stilizând lumea de zi cu zi, capitalismul este mai puțin un căpcăun care își devorează proprii copii decât un Janus cu două fețe.

Acesta este modul în care creșterea capitalismului financiar contemporan nu exclude apariția unui capitalism de natură artistică în ruptură față de modul fordist de reglementare a economiei. Prin aceasta, nu ar trebui înțeles un capitalism care, mai puțin cinic sau mai puțin agresiv, s-ar întoarce nu împotriva imperativelor de raționalitate contabilă și de rentabilitate maximală, ci favoarea unui nou mod de funcționare exploatând rațional și de o manieră generalizată dimensiunile estetico-imaginare emoționale, în scopurile de a obține profit și de a cuceri piețele. Rezultă că noi suntem într-un ciclu recent marcat de o relativă diferențiere a sferelor economice și estetice, prin dereglementarea distincțiilor dintre economie și estetică, industrie și stil, modă și artă, divertisment și cultură, comercial și creativ, cultură de masă și cultură înaltă: acum, în economiile hypermodernității, aceste sfere se hibridizează, se amestecă, se scurtcircuitează, se întrepătrund. O logică a diferențierii care este mai puțin postmodernă decât hypermodernitatea, deși ambele se înscriu în dinamica de fond a economiilor moderne caracterizate de optimizarea rezultatelor și a calculului sistematic al costurilor și beneficiilor. Paradoxul: cu cât se impune mai mult exigența raționalității cifrate a capitalismului, cu atât această acordă o importanță fundamentală dimensiunilor creative, intuitive, emoționale. Profunzimea estetică a hypermodernității este „flica apelor reci ale calculului egoist” (Marx), a culturii moderne, a raționalității instrumentale și a eficienței economice.

În acest sens, încadrarea (Heidegger) este, mai mult ca niciodată, legea cosmosului hypermodern, cu excepția faptului că dominația raționalității productive și a pieței nu elimină ascensiunea logicilor sensibile și intuitive, calitative și estetice. Simultan, uniformitatea planetară în „a calcula totul”<sup>1</sup> nu trebuie să ascundă creșterile creațiilor în scopuri emoționale. Legea omogenă a încadrării și economisirii lumii este aceea care conduce la o estetizare nelimitată și în același timp pluralistă, lipsită de unitate și de criterii consensuale. Prin urmare, noua fază

<sup>1</sup> Martin Heidegger, *Essais et conférences* [1954], trad. fr. André Préau, Paris, Gallimard, coll. Tel, 1980, p. 109.

a modernității pe care o caracterizăm este aceasta: după momentul industrial productivist, iată vârsta hypermodernității, totodată „reflexivă”<sup>1</sup> și, totodată, emoțional-estetică.

## CELE PATRU VÂRSTE ALE ESTETIZĂRII LUMII

Odată cu capitalismul artistic, se instituie o formă inedită de economie, de societate și de artă de-a lungul istoriei. Fără îndoială, activitatea estetică este ea însăși o dimensiune consubstanțială lumii „uman-sociale”, așa cum ar spune Marx, în scrierile sale de tinerețe, lume care se distinge de universul animal prin aceea că nu poate fi amenajată fără a lua în considerare „legile frumuseții”<sup>2</sup>. Oriunde și oricând în societățile „primitive”, lipsite de scriitură, oamenii au produs o multitudine de fenomene estetice, care au ca dovadă rupestrul, picturile corporale, codurile culinare, obiectele sculptate, măștile, coifurile, muzica, dansurile, sărbătorile, jocurile, formele de locuire. Orice societate care se angajează, într-o manieră sau alta, într-un travaliu al stilizării sau „artisticizării”<sup>3</sup> lumii este aceea care „singularizează o epocă sau o societate”<sup>4</sup> prin umanizarea și socializarea sensurilor și a gusturilor.

Această dimensiune antropologică și transistorică a activității estetice apare îndeobște de-a lungul formelor și a structurilor sociale extrem de diferite. Doar pentru a reliefa ce are drept specific estetizarea hypermodernă a lumii am putea adopta, într-o optică panoramică, puncte de vedere dominante perioade îndelungate, schematizând *in extremis* logici constitutive ale

---

<sup>1</sup> Ulrich Beck, *La Société du risque. Sur la voie d'une autre modernité*, trad. fr. Laure Bernardi, Paris, Aubier, 2001.

<sup>2</sup> Karl Marx, *Manuscrits de 1844, économie politique et philosophie [Œuvres complètes, t.VII]*, trad. fr. Émile Bottigelli, Paris, Éditions sociales, 1962, p. 64.

<sup>3</sup> Concept preluat de la Charles Lalo, *Introduction à l'Esthétique*, Paris, A. Colin, 1912. A se vedea, în egală măsură, Alain Roger, *Nus et paysages. Essai sur la fonction de l'art* [1978], Paris, Aubier, 2001.

<sup>4</sup> Marcel Mauss, „Esthétique”, în *Manuel d'ethnographie* [1947], Paris, Payot, coll. Petite bibliothèque Payot, 1970, p. 88.

UBRIS | We know books

marilor modele istorice în raport cu arta și cu socialul. Din această perspectivă, putem distinge patru mari modele „pure” care au organizat de-a lungul istoriei procesul imemorial al estetizării lumii.

### *Artizanarea ritualică*

Timp de milenii, artele dominante ale societăților așa-zis primitive nu au fost create numai cu intenția estetică și în vederea unui consum pur estetic, „dezinteresat” și gratuit, ci mai ales într-un scop fundamental ritualic. În asemenea culturi, ceea ce relevă un stil nu poate fi detașat de organizarea religioasă, magică, comunitară și sexuală. Inerate în sisteme colective care le dau sens, formele estetice nu sunt fenomene care funcționează autonom și separat: structura socială și religioasă este aceea care reglează îndeobște jocul formelor artistice. Din acest punct de vedere, discutăm despre societăți în care convențiile estetice, organizarea socială și religioasă sunt structural legate și nediferențiate. Traducând organizarea cosmosului, ilustrând mituri, exprimând tribul, clanul, sexul, ritmând momentele importante ale vieții sociale, măștile, coifurile, machiajele și tatuajele, sculpturile, dansurile, toate îndeplinesc o funcție și o valoare ritualică și religioasă.

Pentru că arta nu are o existență separată, aceasta informează asupra totalității vieții: a deroga, a munci, a schimba, a combate, toate aceste activități comportă dimensiuni estetice care pe cât sunt de futele sau de periferice, pe atât sunt de necesare pentru succesul diferitelor operațiuni sociale sau individuale. Nașterea, moartea, ritualurile de trecere, vânătoarea, mariajul, războiul fac loc în mod privilegiat unui travaliu de artizanare, făurit din dansuri, cântece, fetișuri, recitări ritualice, diferențiate strict după vârstă și după gen. În această artizanare, formele nu sunt destinate pentru a fi admirate pentru frumusețea lor, ci pentru a da putere practică: a birui maladiile, a contracara spiritele negative, a face să cadă ploaia, a face alianțe cu morții. O bună parte dintre obiectele ritualice nu sunt fabricate pentru a fi conservate; sunt aruncate, distruse după folosire sau pictate înainte de oricare altă nouă ceremonie. Artiștii profesioniști ilustrează, produc opere de arte dezinteresate, iar toate acestea pot urmări termeni precum „artă”, „estetică”, „frumusețe”. Și, în

același timp, după cum sublinia Mauss, „importanța fenomenelor estetice în orice societate care ne precede este considerabilă”<sup>1</sup>.

Un astfel de control colectiv asupra formelor estetice nu exclude, în această formă sau în această situație, o anumită libertate a creației sau expresivitatea individuală. Dar sunt fenomene limitate și punctuale; practicile estetice în aceste societăți sunt funciar comandate de funcțiile lor religioase cultice și sociale, însoțite de reguli extrem de precise. Oriunde artele sunt executate în conformitate cu reguli draconice și cu fidelitate față de tradiție. Nu este vorba aici despre inovare sau despre inventarea unor noi coduri și de supunerea față de canoanele primite de la strămoși sau de la zei. Este o artizanare ritualică tradițională, religioasă, care a marcat cel mai lung moment din istoria stilurilor: o artizanare pre-reflexivă, fără sisteme de valori esențialmente artistice, fără desen estetic specific și autonom.

### *Estetizarea aristocratică*

Moștenitor al Antichității clasice<sup>2</sup>, umanismul Renașterii reabilitează și revendică în mod expres un al doilea moment care se instituie la sfârșitul Evului Mediu și se întinde până în secolul al XVIII-lea. Acesta constituie premisele esteticii moderne, odată cu apariția statutului de artist, detașat de cel al artizanului; cu ideea de putere creatoare a artistului-geniu semnându-și lucrările; cu unificarea artelor particulare în conceptul unitar de Artă în sensul său modern, aplicându-se tuturor artelor frumoase, odată cu operele destinate să placă unui public angajat și instruit, fără ca pur și simplu să comunice învățăturile religioase și să

---

<sup>1</sup> *Ibid.*, p. 87.

<sup>2</sup> Nu acesta este locul pentru a dezvolta ceea ce se întâmplă cu Grecia antică în relația sa cu arta. Să subliniem doar importanța excepțională a acestui moment din istoria artei, operele ei fiind un model de perfecțiune estetică de dinainte de Renaștere și până în zilele noastre: este ceea ce Renan a numit „miracolul grecesc”. Au fost impuse principiile armoniei, echilibrului proporțiilor, simetriei, justeii măsurii. Procesul de estetizare nu mai este detașat de proiectul de purificare a formelor, de scopul unei frumuseți idealizate și echilibrate, sinonim cu eleganță și grație. Artă nu imită natura, trebuie să o sublimeze, să o transfigureze exprimând frumusețea ideală, perfecțiunea armonioasă care este aceeași cu cea a Cosmosului.

răspundă exigențelor demnitarilor Bisericii. Misiunea cu adevărat estetică a artei începe să prindă contur, artistul trebuind să se forțeze pentru a elimina toate imperfecțiunile și pentru a căuta imaginile conforme cu ceea ce este cel mai frumos, cel mai armonios în natură. Odată cu emanciparea progresivă a artiștilor față de bresle, aceștia beneficiază în baza contractelor cu comisionarii de o marjă de inițiativă necunoscută până atunci: aventura autonomizării domeniului artistic și estetic începuse.

Acest moment secular este contemporan vieții de curte, apariției modei și jocurilor sale de eleganță, trăsăturilor bunelor maniere, dar și unei arhitecturi care oferă imaginea înseși a rafinementului și a grației, a unui urbanism de inspirație estetică, a grădinilor care seamănă cu tablourile cu terase, sculpturi, lacuri, fântâni, vaste perspective destinate să farmece și să încante privirea. Nu mai există doar comodități, ci și grația formelor armonioase, plăcerea estetică, așa-numitele *venustas* (Alberti) în orașele încântătoare, frumoase, „de aparență delectabile și de un plăcut sejur” (Francesco di Giorgio Martini). Artiștii sunt chemați să conviețuiască la curțile europene pentru a crea decoruri magnifice, zugrăvind interiorul castelelor și dispunând ordinea parcurilor. Bisericile vrând să seducă și să atragă adepți, oferă odată cu vârsta barocului un spectacol teatral al intrărilor cu fațade supraîncărcate, cu sculpturi care dispar printre ornamente, cu efecte de optică, cu jocuri de umbre și lumini, baldachin, tabernacul, scaune, potire, ciboriu decorat cu mândrie, toată angajează o artă exuberantă care se degajează pentru a crea un spectacol grandios, pentru a pune în valoare frumusețea decorului și splendoarea ornamentelor. Monarhii, prinții, clasele aristocrate se întrec în mari lucrări destinate prefacerii vilelor și reședințelor lor dintre cele mai admirabile; aceștia edifica toate castelele marcate prin eleganța stilului, construiesc palate, hoteluri, vile somptuoase înconjurate de parcuri imense populate de statui și încredințate celor mai buni arhitecți; aceștia remodelează orașele după perspectiva estetică în spații compuse din case cu fațade armonioase și aliniate, cu străzi oferind efecte de mare perspectivă: înfrumusețarea vilelor a devenit un obiectiv politic major. Se impune o artă urbană pusă în scena spectaculară de orașul și de natura care înnobilează împrejurimile locuite, dând prestigiu, măreție și glorie regilor și prinților.

Începând cu Renașterea, arta, frumusețea, valorile estetice au primit o valoare, o demnitate, o importanță socială nouă în

constituirea amenajamentului urban. Arhitecturile, grădinile, mobilierul, operele de cristal și de faianță derivate în pictură și sculptură, ideile armoniei și proporției. Gustul pentru artă și voința de stilizare a cadrelor vieții care funcționează ca o manieră de auto-afirmare socială, ca o manieră de a marca rangul și a da prestigiu celor care dețin puterea. De-a lungul acestui ciclu, întregul proces de intensă estetizare (eleganță, rafinament, grație a formelor) desfășurat în sferile înalte ale societății nu este impulsionat de logica economică, ci este susținut de logica socială, de strategiile politice pentru teatralizarea puterii, de imperativul aristocrat pentru reprezentarea socială și pentru primatul competițiilor pentru statut, dar și de privilegiul constitutiv al societăților holiste unde importanța relațiilor interumane importă relația dintre oameni și lucruri<sup>1</sup>.

Eclipsarea universului cavaleresc, dezarmarea marilor seniori, constituirea unei societăți și a vieții de curte, laicizarea unui anumit număr de valori au făcut posibil procesul elitist al stilizării formelor, estetizării normelor vieții și gusturilor (rafinarea decorurilor și a interesului pentru muzică, galanteria frumoasă, arta conversației, eleganța limbajului și a modei): o primă formă de societate estetică este născută în inima societăților aristocrate ale Vechiului Regim. Începutul romanului *Prințesa de Clèves*, emblematic pentru această societate de curte și pentru această „civilizație de moravuri”<sup>2</sup>, o constată ca o evidență: „măreția și galanteria nu apăruseră niciodată în Franța cu atâta strălucire”<sup>3</sup>.

### *Estetizarea modernă a lumii*

Al treilea mare moment istoric menit să organizeze raporturile dintre artă și societate corespunde epocii moderne în Occident. Găsindu-și împlinirea începând cu secolele XVIII și XIX,

---

<sup>1</sup> A se vedea Louis Dumont, *Homo æqualis. Genèse et épanouissement de l'idéologie économique* [1977], Paris, Gallimard, coll. Tel, 2008, p. 13.

<sup>2</sup> Titlul în limba franceză al lucrării fundamentale a lui Norbert Elias: *La Civilisation des moeurs* [1939], trad. fr. Pierre Kamnitzer, Paris, Calmann-Lévy, coll. Archives des sciences sociales, 1973.

<sup>3</sup> Mme de Lafayette, *La Princesse de Clèves* [1678], Paris, Gallimard, coll. Folio Classique, 2000, p. 37.

acel moment coincide cu dezvoltarea unei sfere artistice mult mai complexe, mult mai diferențiate, fiind eliberatoare de puterile religioase și nobiliare anterioare. În vreme ce artiștii se sustrag treptat de sub autoritatea bisericii, a aristocrației, apoi de sub dominația burgheză, arta se impune ca un sistem de înaltă autonomie posedând toate instanțele pentru selecție și consacrare (academii, saloane, teatre, muzee, piețe, colecționari, edituri, critici și reviste), precum și legile sale, valorile și principiile proprii pentru legitimitate. Pe măsură ce câmpul artei se autonomizează, artiștii revendică o tot mai înaltă și puternică libertate creatoare a operelor, care nu există decât pentru sine și care nu se mai pliază de aici înainte pe cererile venite din „spate”. O emancipare socială artiștilor cu totul relativă, în sensul în care este dependentă de un nou gen, o dependență economică cu privire la legile pieței.

Dar în timp ce arta în sine își revendică orgolioasa suveranitate prin disprețul față de bani și ura față de lumea burgheză, aceasta se constituie ca o artă comercială ce odată întoarsă spre căutarea profitului, a succesului imediat și temporar, tinde să devină o lume economică, așa cum sunt toate celelalte, adaptându-se cererilor publicului și ofertei produselor fără riscuri, prezentând uzură morală rapidă. Totul opune aceste două universuri ale artei: estetica lor, publicul lor, dar și raportul lor cu economicul. Epoca modernă s-a constituit prin opoziția radicală dintre artă și comerț, cultură și industrie, artă și divertisment, pur și impur, autentic și kitsch, arta elitelor și cultura maselor, avangardele și instituțiile. Un sistem constituit din două moduri antagonice de producție, circulație și distribuție, care este dezvoltat în esență numai în limitele lumii occidentale.

Această configurare istorico-socială aduce cu sine o bulversare generală a valorilor, arta regăsindu-se investită cu o misiune mai înaltă ca oricând. La sfârșitul secolului XVIII, Schiller afirma că educația estetică și practicile artei sunt cele care au determinat umanitatea să poate avansa către libertate, către rațiune și către Bine. Pentru romanticii germani, frumosul reprezintă o cale de acces către Absolut, fiind plasat, alături de artă, în topul ierarhiei valorice. Epoca modernă a constituit cadrul în care s-a realizat o excepțională sacralizare a poeziei și artei, singurele recunoscute ca fiind capabile să exprime adevărurile cele mai fundamentale asupra vieții și asupra lumii. În timp ce în