

ARTI

SOCIOLOGIA E DESIGN. Per **Sellerio**
Se l'estetizzazione
comanda il mercato

L'estetiz-
zazione del...

Lipovetsky, Serroy

Sellerio
 pag. 361; € 20

Il bello ci sta fregando. I nostri oggetti, i bar in cui beviamo il caffè, persino noi, nella nostra versione più patinata sui social media: tutto seduce. Cosa c'è di sbagliato, si dirà, se desideriamo un quotidiano più piacevole. Nulla, basta sapere che non siamo noi ad avere scelto di essere consumatori estetici. I sociologi Gilles Lipovetsky e Jean Serroy analizzano con cura il panorama della cosiddetta estetizzazione del mondo, in un saggio che arriva ora in Italia, edito da **Sellerio** e con la prefazione di Gianni Puglisi.

Ci accompagnano in una disamina, affascinante quanto crudele, delle nostre (presunte?) sensibilità - verso la moda, il cinema, la musica, il design - che fanno capo a un solo grande concetto: il capitalismo artistico. Ovvero quella trasformazione dell'economia che a partire dal detto «Il brutto si vende male» (a citazione è del designer Raymond Loewy) ha dato il via alla società dei consumi, appiattendolo progressivamente i nostri sensi, svuotando la nostra immaginazione per colmarla di desideri indotti che, pian piano, stanno totalizzando la nostra vita. Quale scappatoia? Basta essere un po' meno pigri: se di bello vogliamo vivere, che sia quello che allarga il nostro universo, non quello che restringe tutto al quadrato di un' instagram story.

Micaela Deiana

RIPRODUZIONE RISERVATA

