



O “HIPERCONSUMIDOR”: O INDIVÍDUO NO “CAPITALISMO ARTISTA” DE GILLES LIPOVETSKY

DOI: <https://doi.org/10.4013/con.2026.221.03>

Ana Beatriz de Paula Lasdowsky

Bacharela em Ciências e Humanidades pela Universidade Federal do ABC (UFABC), pesquisadora de iniciação científica em Filosofia na Universidade Federal do ABC (UFABC) e bolsista do CNPq.

beatriz.lasdowsky@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0004-2397-4286>

Paulo Jonas de Lima Piva

Bacharel, mestre e doutor em filosofia pela Universidade de São Paulo (USP) e professor do programa de filosofia do Centro de Ciências Naturais e Humanas da Universidade Federal do ABC (CCNH-UFABC)

paulo.piva@ufabc.edu.br

<https://orcid.org/0000-0003-1121-2773>

RESUMO:

Gilles Lipovetsky diagnostica o individualismo como o valor ético e cultural predominante e fundamental das sociedades contemporâneas ocidentais. Este artigo tem como objetivo analisar a trajetória e os desdobramentos desse individualismo dentro do pensamento de Lipovetsky em livros como *A era do vazio: ensaio sobre o individualismo contemporâneo*, de 1983, e *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*, de 2006, em especial a maneira como esse valor se consolidou em nosso mundo liberal, bem como explicar o papel decisivo do consumo ao longo desse processo, o qual teria culminado, no entender do pensador francês, na emergência da figura do “hiperconsumidor”, e numa forma específica de organização do capitalismo, marcada por uma crescente “estetização” da vida, fenômeno que Lipovetsky denominou “capitalismo artista” e desenvolveu mais recentemente em *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*, de 2013.

PALAVRAS-CHAVE:

Capitalismo. Consumismo. Hipermodernidade. Individualismo. Lipovetsky.

THE “HYPERCONSUMER”: THE INDIVIDUAL IN GILLES LIPOVETSKY’S “ARTISTIC CAPITALISM”

ABSTRACT:

Gilles Lipovetsky diagnoses individualism as the predominant and fundamental ethical and cultural value of contemporary Western societies. This article aims to analyze the trajectory and the unfolding of this individualism within Lipovetsky’s thought in books such as *L’Ère du vide: essais sur l’individualisme contemporain*, from 1983, and *La bonheur paradoxal: essai sur la société d’hyperconsommation*, from 2006, particularly how this value consolidated in our liberal world, as well as explain the decisive role of consumption throughout this process, which culminated, in the French thinker's view, in the emergence of the "hyperconsumer", and a specific form of capitalist organization marked by a growing "aestheticization" of life, a phenomenon Lipovetsky termed “artistic capitalismo” and developed more recently in *L’esthétisation du monde: vivre à l’âge du capitalisme artiste*, from 2013.

KEYWORDS:

Capitalism. Consumerism. Hypermodernity. Individualism. Lipovetsky.

Introdução

Gilles Lipovetsky é um filósofo de formação, entretanto, faz incursões ousadas, embora gerais e superficiais, pela sociologia, pela psicologia e pela história. Sua principal preocupação teórica é o presente das sociedades ocidentais, caracterizado, segundo ele, pela centralidade no indivíduo, mais precisamente, no *individualismo* como valor ético e cultural. Examinaremos aqui, com base no pensamento de Lipovetsky, como esse individualismo aparece no conjunto das transformações sociais e mercantis de nossas sociedades liberais ocorridas durante a modernidade, em especial, no que diz respeito ao consumo. Nossa análise concentra-se num contexto de passagem, mais exatamente, da passagem de uma “pós-modernidade”, momento histórico em que os limites para o avanço da lógica do individualismo se dissolvem, para uma “hipermodernidade”, período em que essa lógica passa a dominar, sem grandes oposições, todas as esferas da vida dos indivíduos. E é nesse contexto “hipermoderno” que ocorreria o que Lipovetsky chama de “capitalismo artista”, uma organização do capitalismo na qual a experiência estética assume um papel determinante na lógica da produção, da circulação e, sobretudo, do consumo, como podemos observar, por exemplo, na ênfase dada pelas empresas ao design dos seus produtos e à construção de narrativas e propagandas de suas marcas, na prática, uma estratégia de apelo intenso ao

sensível, ao emocional e ao simbólico dos indivíduos para com isso conquistar novos e mais consumidores, independentemente da utilidade e das características reais das suas mercadorias.

Para esclarecer esse percurso, serão destacados aqui três momentos da obra de Lipovetsky, cada um deles expresso por um livro em particular. Primeiramente, *A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo*, seu primeiro livro, publicado na França em 1983, no qual ele apresenta o seu diagnóstico das sociedades contemporâneas ocidentais centrado no individualismo e nas suas repercussões psicológicas, éticas, sociais, políticas e econômicas. Em seguida, *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*, livro de 2006, no qual o consumo torna-se fator determinante da sua análise. E, por fim, *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*, livro escrito em coautoria com Jean Serroy e publicado em 2013, no qual ambos argumentam que vivemos um processo generalizado de estetização do cotidiano, numa nova configuração do sistema capitalista.

Uma “história do presente”

Uma singularidade do pensamento de Lipovetsky, que encontramos nesses três momentos da sua obra, é a maneira como ele prioriza sempre o presente em sua investigação. Em geral, o passado assume uma função secundária nas suas análises e reflexões. A propósito, em entrevista de 2015 concedida à Fundação Francisco Manuel dos Santos, de Portugal, Lipovetsky é categórico: “O passado não me interessa. Nada, absolutamente nada. Não sou um homem do passado” (Lipovetsky, 2015, 0:35-0:40).

Apesar de privilegiar o presente em relação ao passado como objeto de investigação, Lipovetsky, evidentemente, não negligencia a história; esta desempenha um outro papel explicativo, menos determinante, mais geral e de fundo para se entender a realidade. Esse modo de tratar a história ele o sintetiza na expressão “história do presente”, a princípio, uma ideia paradoxal. Essa “história do presente” promoveria, conforme as suas próprias palavras em entrevista ao seu colega de teoria sobre a hipermodernidade Sébastien Charles, a “articulação de grandes problemas filosóficos — o humanismo, a democracia, a autonomia — que se encarnam no devir da história e, mais particularmente, da modernidade” (Lipovetsky, 2006, p. 147). Contudo, a despeito da declaração de que não se interessa pelo passado, ao tratar a história como um fator coadjuvante, embora não negligenciável na dinâmica das sociedades ocidentais, o raciocínio de Lipovetsky é marcado muitas vezes por generalizações sobre fatos históricos, o que acaba simplificando demais o que parece ser mais complexo. Lipovetsky, aliás, quando pensa a história, pensa-a sempre em termos de grandes momentos, de etapas extensas, e procura desvendar os problemas contemporâneos em função desses recortes demasiado amplos, para não dizer bastante vagos.

Moderação analítica

Outra característica do modo de pensar de Lipovetsky que vale destaque é a ausência de juízos morais prévios em suas análises. Lipovetsky esforça-se para ser sempre neutro e objetivo em suas explicações sobre o nosso aqui e agora. E mais do que neutro e objetivo, Lipovetsky não demonstra pretensões de saber como solucionar definitivamente os complexos problemas das sociedades ocidentais liberais hipermodernas. Além disso, outra virtude de sua abordagem, poderíamos dizer, é desconfiar e evitar sempre os excessos interpretativos. Lipovetsky preza a moderação, rejeita os excessos em suas explicações. Essa característica vale uma comparação com Alexis de Tocqueville, feita, aliás, por Sébastien Charles. Na sua introdução ao livro de Lipovetsky *Os tempos hipermodernos*, de 2004, Charles compara Lipovetsky com Alexis de Tocqueville, autor dos célebres *O Antigo Regime e a Revolução e A democracia na América*:

Um dos méritos das análises que Gilles Lipovetsky propõe há vinte anos é romper com tais juízos excessivos, sempre demasiado elementares porque olham apenas um aspecto das coisas, a fim de livrar-se de toda a complexidade do real e circunscrever as contradições de que este está urdido. Nesse sentido, Lipovetsky é antes de tudo discípulo de Tocqueville, o primeiro que soube diagnosticar o surgimento de indivíduos preocupados com a respectiva felicidade pessoal, de ambições limitadas, e se dedicou a assinalar os numerosos paradoxos que a democracia americana lhe possibilitava julgar in loco. Ainda como Tocqueville, as análises de Lipovetsky não se contentam com juízos apressados nem submetidos a ditames ideológicos; antes, seguindo um método empirista ou indutivo, procuram partir dos fatos, e do estudo destes no tempo longo, para propor um quadro de análise que possibilite fazê-los falar e dar-lhes sentido. Nesse aspecto, cada uma das obras de Lipovetsky é tanto uma crítica das concepções excessivamente simplistas que se propõem a respeito do real quanto um convite a pensar de maneira mais complexa os fenômenos deste nosso mundo. (Charles, 2004, p. 15).

O individualismo

E é dentro desta perspectiva metodológica da “história do presente” e da moderação analítica que Lipovetsky apresenta, descreve e explica o individualismo como um fenômeno vigoroso e complexo da modernidade, sublinhando a sua dimensão prática. Lipovetsky concebe o individualismo inicialmente como uma noção “antropo-histórica” — termo usado por ele em entrevista ao canal *Fronteiras do Pensamento* —, enfatizando a necessidade de afastá-lo de uma abordagem moralista, isto é, de uma abordagem que reduza e iguale o individualismo ao egoísmo (Lipovetsky, 2019, 1:13-1:23). Lipovetsky faz do individualismo o problema central, além da força que inaugura e conduz a modernidade, já no seu primeiro livro, *A era do vazio*, no qual elaborou uma “história do individualismo”, tratando o individualismo como um fenômeno histórico, mas também como um fenômeno moral, cultural e

psicológico ocorrido ao longo da modernidade. Nesse livro dos anos oitenta, Lipovetsky sustenta que o individualismo deve ser compreendido como a expansão da “ideologia do indivíduo livre, autônomo e semelhante aos outros” (Lipovetsky, 1989, p. 36). Tal expansão ideológica, no seu entender, teria ocorrido de duas maneiras, cada uma delas configurando uma fase histórica. Importante ressaltar que Lipovetsky não usa o termo “ideologia” com conotação negativa, como sinônimo de falsa consciência da realidade, como ocorre, em sentido geral, no vocabulário marxista. Lipovetsky usa o termo de forma mais neutra e geral, mais exatamente como um conjunto de interpretações, valores e representações acerca da realidade.

A história do individualismo no Ocidente feita por Lipovetsky em *A era do vazio* é constituída de dois momentos gerais, mais exatamente de duas fases, cada uma delas desencadeadora de uma “revolução individualista”, ambas responsáveis por mudanças no modo de sentir, valorar e viver esse individualismo. Em outras palavras, os ocidentais modernos teriam vivido o individualismo historicamente por meio de uma primeira e de uma “segunda revolução individualista”. Embora Lipovetsky não forneça uma descrição mais detalhada do que seria exatamente a “primeira revolução individualista”, é possível, por meio de suas formulações indiretas — elaboradas sobretudo para esclarecer a atual fase desse individualismo, a que viveríamos agora, a fase da “segunda revolução individualista” —, inferir que essa primeira fase do individualismo corresponderia ao período da modernidade, iniciada com o iluminismo, no século XVIII portanto, quando a lógica do individualismo começava a se impor e a se afirmar em diferentes dimensões da vida humana, porém, conforme um “imaginário rigorista da liberdade” (Lipovetsky, 1989, p. 12), descrito por Lipovetsky da seguinte maneira:

Até data bastante recente, a lógica da vida política, produtiva, moral, escolar, manicomial consistia em imergir o indivíduo nas regras uniformes, em eliminar o máximo possível as formas de preferências e expressões singulares, em afogar as particularidades idiossincráticas numa lei homogênea e universal que fosse a “vontade geral”, as convenções sociais, o imperativo moral, os regulamentos fixos e padronizados, a submissão e a abnegação exigidas pelo partido revolucionário: tudo aconteceu como se os valores individualistas não pudessem surgir a não ser estando enquadrados pelos sistemas de organização e de sentidos empenhados em conjurar implacavelmente a indeterminação constitutiva. (Lipovetsky, 1989, p. 12).

Esse cenário, no qual o individualismo primeiro, digamos assim, expressava-se de acordo com uma lógica geral de contenção da própria liberdade e individualidade, muda com a “segunda revolução individualista”, a qual promoverá, nas palavras do próprio Lipovetsky, “um salto à frente da lógica individualista: o direito à liberdade, em teoria ilimitado, mas até então socialmente circunscrito à economia, à política e ao saber, ganha espaço nos costumes e no cotidiano” (1989, p. 13). Em outras palavras, se na modernidade a lógica individualista funcionava plenamente nos domínios da economia, da

política e do conhecimento, mas permanecia limitada pelas normas morais, pela disciplina institucional e por certos valores políticos coletivos vigentes no período, na sua segunda revolução o individualismo se desfaz das suas últimas amarras. Segundo Lipovetsky, com a expansão da ideologia individualista na vida moral, cultural e institucional do Ocidente, que teria levado à “segunda revolução individualista”, o avanço do individualismo como forma de vida adquire um ritmo mais intenso, promovendo assim uma superação do individualismo anterior, o individualismo limitado da modernidade, modificando também a própria modernidade, que passa a ser pós-modernidade, e depois hipermodernidade com a intensificação ainda maior desse individualismo. Esse movimento, característico da segunda fase do individualismo, ao remover o indivíduo do quadro disciplinar próprio da modernidade com os seus manicômios, deveres e poderes agindo de forma opressiva em nível até microfísico, produziu também uma ressignificação do individualismo, que de rigorista, moralista, limitado no gozo da individualidade e ainda subordinado ao interesse coletivo e a deveres com o público, libertou o indivíduo para, sem culpas, buscar a sua realização pessoal. Em *Pensamento ético contemporâneo*, Jacqueline Russ pondera sobre tal transformação, em especial sobre esse segundo tipo de individualismo, o qual ela chama de “individualismo contemporâneo”:

O individualismo contemporâneo, descrito, em particular, por Gilles Lipovetsky, no *L'ère du vide (A era do vazio)*, não designa mais um triunfo da individualidade em face das regras constrangedoras, mas a realização de indivíduos estranhos às disciplinas, às regras, aos constrangimentos diversos, às uniformizações. O que encontramos nesse individualismo contemporâneo? As delícias do narcisismo, bem mais que o acesso a uma autonomia, a explosão hedonista, mais que a conquista da liberdade. Promoção dos valores hedonistas, permissivos, psicologistas, culto da “descontração”, vinculação às particularidades idiossincráticas, eis o que se esboça na idade pós-moderna. Assim, entramos nessa era do narcisismo. (Russ, 1999, p. 14-15).

Apesar de não tratar em detalhes dos eventos históricos que demarcariam cada fase do individualismo, Lipovetsky considera que a mutação instaurada pela “segunda revolução individualista” teria início na década de 1920, inaugurando então a segunda fase do individualismo. Esse processo teria permitido, mais precisamente a partir da década de 1950, que os valores e os modos resultantes da intensificação e radicalização da lógica individualista — que Russ descreve como característicos da “era do narcisismo” — predominassem em detrimento daqueles que correspondiam aos ideais coletivos da modernidade (Lipovetsky, 1989, p. 10). Tal tendência de intensificação do individualismo teria continuado após *A era do vazio*, livro publicado, lembrando, no início da década de 1980.

Da “pós” à “hipermodernidade”

As reflexões de Lipovetsky em *A era do vazio* e nos seus livros imediatamente posteriores foram norteados, em grande medida, pelo conceito de “pós-modernidade” cunhado por David Harvey no seu célebre livro *A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*, publicado em 1989. Lipovetsky declara o seguinte sobre o conceito de “pós-moderno” notabilizado por Harvey: “o neologismo *pós-moderno* tinha um mérito: salientar uma mudança de direção, uma reorganização em profundidade do modo de funcionamento social e cultural das sociedades democráticas avançadas” (Lipovetsky, 2004, p. 52). Ou seja, a ideia de “pós-modernidade” designava uma descontinuidade em relação à modernidade, a mesma percepção de Lipovetsky em *A era do vazio* ao constatar o esmaecimento dos limites que circunscreviam o individualismo de sua primeira para a sua segunda fase, isto é, da modernidade para a pós-modernidade. Esse processo de passagem Lipovetsky verifica em diversos aspectos da realidade contemporânea: “rápida expansão do consumo e da comunicação de massa; surto de individualização; consagração do hedonismo e do psicologismo; perda da fé no futuro revolucionário; descontentamento com as paixões políticas e as militâncias” (Lipovetsky, 2004, p. 53). A presença do conceito de “pós-modernidade” nas reflexões de *A era do vazio* é ainda ressaltada por Sébastien Charles em sua introdução a *Tempos hipermodernos*:

A pós-modernidade representa o momento histórico preciso em que todos os freios institucionais que se opunham à emancipação individual se esboroam e desaparecem, dando lugar à manifestação dos desejos subjetivos, da realização individual, do amor-próprio. As grandes estruturas socializantes perdem a autoridade, as grandes ideologias já não estão mais em expansão, os projetos históricos já não mobilizam mais, o âmbito social não é mais que o prolongamento do privado — instala-se a era do vazio, mas “sem tragédia e sem apocalipse”. (Charles, 2004, p. 23).

Contudo, a concordância com o conceito de pós-modernidade de Harvey foi passageiro em Lipovetsky. Logo ele considerou o diagnóstico contido no conceito insuficiente e insatisfatório para explicar os fenômenos contemporâneos ocidentais em suas abrangências. Para Lipovetsky, o conceito precisava ser atualizado, o que o levou a propor uma noção mais precisa para descrever a atualidade cultural, moral e psicológica do Ocidente: o conceito de “hipermodernidade”. Na verdade, o grande equívoco da ideia de pós-modernidade estaria na sua tese de que a modernidade havia sido superada. Para Lipovetsky, a modernidade não foi superada e sim intensificada. Dito de outro modo, nunca fomos tão modernos, nosso aqui e agora seria o da modernidade em excesso e não superada. Como escreve Lipovetsky a respeito no seu livro *Tempos hipermodernos*, de 2004, “o rótulo pós-moderno já ganhou rugas, tendo esgotado sua capacidade de exprimir o mundo que se anuncia” (Lipovetsky, 2004, p. 53). Era

o caso, portanto, não apenas de identificar o que se esgotava, mas de compreender o que havia de novo. E o esgotado e o novo continuavam acontecendo dentro da modernidade, como sugere Lipovetsky na seguinte reflexão:

O pós de pós-moderno ainda dirige o olhar para um passado que se decretara morto; fazia pensar numa extinção sem determinar o que nos tornávamos, como se se tratasse de preservar uma liberdade nova, conquistada no rastro da dissolução dos enquadramentos sociais, políticos e ideológicos. Donde seu sucesso. Essa época terminou. Hipercapitalismo, hiperclasse, hiperpotência, hiperterrorismo, hiperindividualismo, hipermercado, hipertexto — o que mais não é *hiper*? O que mais não expõe uma modernidade elevada à potência superlativa? Ao clima de epílogo segue-se uma sensação de fuga para adiante, de modernização desenfreada, feita de mercantilização, proliferativa, de desregulamentação econômica, de ímpeto técnico-científico, cujos efeitos são tão carregados de perigos quanto de promessas. (Lipovetsky, 2004, p. 53).

Em suma, o diagnóstico de *A era do vazio*, o primeiro livro de Lipovetsky, orientado pelo conceito de pós-modernidade, passa por retificação nos livros seguintes, ganhando força no seu pensamento a ideia de hipermodernidade. De todo modo, o que permanece como constatação essencial da realidade ocidental é o avanço do individualismo na vida e na subjetividade ocidentais, ou, em termos lipovetskianos, o “processo de personalização”.

O “processo de personalização”

Voltemos ao Lipovetsky de *A era do vazio*. Segundo este Lipovetsky, o avanço do individualismo teria provocado um “processo de personalização”. E no que consistiria exatamente esse processo? Consistiria num processo crescente de individualização dos ocidentais que os levaria à mais intensa e radical forma de individualismo contemporâneo, em última instância, ao narcisismo. Tal processo ficaria claro na comparação entre as duas fases do individualismo, a fase inaugural, própria das sociedades modernas disciplinares e moralistas, e a fase posterior, marcada pela flexibilização das normas e dos valores anteriores, como nos explica o próprio Lipovetsky em *A era do vazio*:

O processo de personalização procede de uma perspectiva comparativa e histórica, designando a linha diretiva, o senso do novo, o tipo de organização e de controle social que nos arranca da ordem disciplinar-revolucionária-convencional que prevaleceu até o decorrer da década de 1950. Ruptura com a fase inaugural das sociedades modernas, democráticas-disciplinares, universalistas-rigoristas, ideológicas-coercitivas, tal é o sentido do processo de personalização [...]. (Lipovetsky, 1989, p. 10).

É no ápice do “processo de personalização” que Lipovetsky localiza o advento da “sociedade pós-moderna”. A relação que ele estabelece entre esse processo de flexibilização cultural, moral, psicológica e social e a sua consagração na nossa sociedade mais recente demonstra simultaneamente a continuidade e

a expansão dessa ideologia individualista, que, em sua segunda fase, preserva o ideal que surge na modernidade, o ideal da autonomia, mas o reinventa sob uma nova lógica e sob dispositivos ainda mais individualistas, como lemos no próprio Lipovetsky:

A sociedade pós-moderna ou, em outras palavras, a sociedade que generaliza o processo de personalização em ruptura com a organização moderna disciplinar-coercitiva, realiza, de certa forma, no próprio cotidiano e por meio de novas estratégias, o ideal moderno da autonomia individual, mesmo sendo ela, à evidência, de um teor inédito. (Lipovetsky, 1989, p. 36).

Assim sendo, enquanto, na modernidade, a disciplina à qual os indivíduos se submetiam buscava reforçar a uniformidade de comportamentos e valores, uma vez que seu objetivo era “afogar as particularidades idiossincráticas numa lei homogênea e universal que fosse a ‘vontade geral’” (Lipovetsky, 1989, p. 12), na pós-modernidade esse mesmo indivíduo é elevado a princípio fundamental e prioritário no funcionamento de todas as esferas da vida cotidiana. Essa elevação só se tornará possível mediante a superação da lógica disciplinar, fortemente coletiva, e da consequente valorização da realização e da expressão privadas, que, nesse contexto, abrirão espaço para a multiplicação das possibilidades de manifestações idiossincráticas, em última instância, narcisistas. Embora represente uma forma de libertação do indivíduo em relação ao controle coercitivo característico da modernidade, é importante ressaltar que esse “processo de personalização”, para Lipovetsky, não levaria à ausência absoluta de controle, como destaca a propósito Sébastien Charles em sua introdução aos *Tempos hipermodernos*:

Só que (e trata-se aqui de um ponto fundamental que A era do vazio já assinalava) essa libertação em face das tradições, esse acesso a uma autonomia real em relação às grandes estruturas de sentido, não significa nem que desapareceu todo o poder sobre os indivíduos, nem que se adentrou num mundo ideal, sem conflito e sem dominação. Os mecanismos de controle não sumiram; eles só se adaptaram, tornando-se menos reguladores, abandonando a imposição em favor da comunicação. Já não usam decreto legislativo para proibir as pessoas de fumar; fazem-nas, isto sim, tomar consciência dos efeitos desastrosos da nicotina para a saúde e a expectativa de vida. (Charles, 2004, p.20).

Instituições como a mídia, os sindicatos e a escola, por exemplo, que no primeiro momento do individualismo orientavam a sociedade ocidental de maneira coercitiva e disciplinar, com o avanço do “processo de personalização” são substituídas pelo desejo individual e pelas escolhas pessoais na ordenação da sociedade ocidental do segundo individualismo. E é dentro desse cenário que Lipovetsky destaca o papel da sedução, à qual ele se refere como uma “onda de fundo”, no original francês — “lame du fond” (Lipovetsky, 1989, p. 25) —, que toma o lugar da lógica anterior, a lógica disciplinar. Não mais circunscrita às relações interpessoais e íntimas, a sedução torna-se um processo cultural e social geral,

presente nas maneiras como os indivíduos relacionam-se com as organizações, o mercado e a informação, por exemplo.

A lógica da sedução

Lipovetsky explica que o avanço da “lógica da sedução” é inseparável do “processo de personalização”, pois, além de direcionar a sociedade no sentido da flexibilização das normas e da ampliação, fortalecimento e legitimação da autonomia individual, ele opera estimulando o desejo e possibilitando a multiplicação das escolhas individuais, substituindo assim a coerção pela sugestão, tendo como resultado, como nos diz Lipovetsky, uma “vida sem imperativo categórico, a vida *kit*, modulada em função das motivações individuais, a vida flexível na era das combinações, das opções, das fórmulas independentes possibilitadas por uma oferta infinita; é assim que a sedução opera” (Lipovetsky, 1989, p. 28).

Ao tratar da sedução em *A era do vazio* Lipovetsky evoca Guy Debord, teórico marxista para o qual a sedução faria com que as pessoas das nossas sociedades capitalistas tivessem uma representação falsa da realidade, uma representação alienada, portanto, do que seria essa sociedade capitalista (Lipovetsky, 1989, p. 26). Lipovetsky contrapõe-se a essa leitura. No seu entender, há sim consciência na lógica da sedução. Esta, enfatiza Lipovetsky, não necessariamente aliena as pessoas, pois “não funciona com mistério, funciona com informação, feedback, iluminação sem restrições sociais, como um strip-tease integral e generalizado” (Lipovetsky, 1989, p.40). A propósito, a sedução só poderia existir num cenário específico: quando são dadas aos indivíduos múltiplas opções, todas com informações claras e verdadeiras, e a escolha entre elas é livre e condizente com o desejo individual. A lógica da sedução que “organiza o nosso mundo e o remodela de acordo com um *processo sistemático de personalização*” (Lipovetsky, 1989, p. 28), é também sinal da consagração do individualismo no cotidiano e nos costumes: livres para escolher e conscientes dos efeitos das decisões pessoais, os indivíduos agora assumem a administração de suas próprias vidas, antes regulada por forças externas a eles, mais precisamente, pelas instituições e pelo simbólico da ordem coletiva.

Com a sedução, argumenta Lipovetsky, emerge um “novo tipo de controle social”, porém, “desembaraçado dos pesados processos da massificação-reificação-repressão” (Lipovetsky, 1989, p. 35), ou seja, um controle mais leve, flexível e personalizado. Contudo, essa transformação amplia as possibilidades de escolha e incentiva o foco na vida pessoal. E ao promover uma autonomia cada vez mais centrada no “eu” e desvinculada de referências coletivas, a lógica da sedução insere-se no contexto mais amplo do individualismo. Nesse quadro, a atomização do indivíduo passa a expressar um fenômeno

mais profundo, que, para Lipovetsky, encontra sua ressonância psicológica no “vazio” característico das sociedades ocidentais contemporâneas.

O “vazio”

A ideia de “vazio”, que aliás é parte do título do livro de Lipovetsky, é central no diagnóstico do autor sobre a cultura e a vida subjetiva nas sociedades ocidentais contemporâneas; ela expressa um sentimento generalizado que caracterizaria o nosso presente. Lipovetsky aproxima e relaciona esse “vazio” com o célebre conceito nietzschiano de “niilismo”: “o niilismo europeu, analisado por Nietzsche como depreciação mórbida de todos os valores superiores e como o deserto dos sentidos, não corresponde mais àquela desmobilização de massa e não é acompanhado por desespero e sensação de absurdo” (Lipovetsky, 1989, p. 52). Em outras palavras, se o vazio de valores superiores, de significados e rumos absolutos provocado pelo “niilismo” era sentido em outros tempos de forma desesperadora na vida prática, esse mesmo vazio niilista parece não ser mais sentido hoje dessa forma, e sim com uma certa indiferença e adaptação. Tal indiferença, segundo Lipovetsky, decorreria da possibilidade de “distrair-se” da busca, que tornou-se inevitavelmente fracassada após a modernidade, por um sentido absoluto da existência. Essa distração, fundamental na experiência desse “vazio”, acabará tendo no consumo a sua principal atividade. Embora ofereça apenas referenciais efêmeros, dentro de um sistema marcado pela multiplicação de ofertas e pela lógica da sedução, o consumo ganha um papel determinante na nossa vida cotidiana, agora vazia de grandes princípios morais e ideais políticos e coletivos — ou, no vocabulário de Nietzsche, “ideais ascéticos” —, porém, mais individualista, mais descompromissada e, por isso, mais descontraída, leve e mundana, e talvez mais fútil. Pondera Lipovetsky a respeito desse nosso momento mundano da “história do presente”:

O ideal ascético já não é a figura dominante do capitalismo moderno; o consumismo, os lazeres e a permissividade nada mais têm a ver com as grandes operações da mediação sacerdotal [...] O afrouxamento pós-moderno liquida o torpor e o enquadramento ou o transbordamento niilista; a descontração elimina a fixação ascética. Desconectando o desejo dos arranjos coletivos, fazendo as energias circularem, controlando os entusiasmos e as indignações relativas ao social, o sistema convida ao repouso, ao desengajamento social. (Lipovetsky, 2007, p. 20).

Se antes era nos arranjos coletivos, nas utopias políticas mais precisamente, que se encontrava a possibilidade de um sentido absoluto para a vida ocidental contemporânea — e, por isso, eles constituíam o alvo de grande parte dos desejos —, agora o que se verifica é uma indiferença geral em relação a eles, consequência do deslocamento desses desejos, do âmbito público para o âmbito pessoal, lógica que Lipovetsky nos explica da seguinte maneira: “para que o deserto social seja viável, o Eu deve se tornar a

preocupação central: a relação está destruída, mas não importa, já que o indivíduo está apto a se absorver em si mesmo” (Lipovetsky, 1989, p. 79). Portanto, na ausência de referenciais absolutos, a indiferença torna-se uma característica preponderante da vida coletiva, restando o consumo, na verdade, o consumismo. Consumir, e consumir sempre mais, é uma forma do indivíduo satisfazer os desejos e objetivos agora concentrados no seu “eu” em meio ao vazio de valores absolutos e referências coletivas. E essa conjugação de individualismo extremo e vazio metafísico, moral e político, será, no entender de Lipovetsky de *A era do vazio*, uma condição perfeita para a legitimação e afirmação do capitalismo contemporâneo, na medida em que é uma nova forma de socialização totalmente compatível com esse capitalismo, que se estabelece:

Longe de representar uma crise grave do sistema que anuncia, a mais ou menos longo prazo, sua falência, a deserção social é apenas sua realização extrema, sua lógica fundamental, como se, depois de tudo, o capitalismo tivesse o dever de tornar os homens igualmente indiferentes. Não há aqui fracasso ou resistência ao sistema, a apatia não é uma falha de socialização, mas uma nova socialização flexível e “econômica”, uma descontração necessária para o funcionamento do capitalismo moderno como um sistema experimental acelerado e sistemático. Fundado na combinação incessante de combinações inéditas, o capitalismo encontra na indiferença uma condição ideal para sua experimentação, que aqui pode ser realizada com um mínimo de resistência. (Lipovetsky, 1989, p. 61-62).

A “sociedade de hiperconsumo”

Parte fundamental do “vazio” diagnosticado em 1983 por Lipovetsky, o consumo eleva-se a objeto de investigação central em 2006, no seu livro *A felicidade paradoxal*. Nele, o autor propõe-se a tratar do que seria uma transição da sociedade de consumo, que teria se consolidado na década de 1950, com o auge do consumo de massa, para uma nova fase histórica do Ocidente, a da “sociedade de hiperconsumo”, correspondente, aliás, à segunda fase da história do individualismo. E atrelada a essa ideia de “sociedade de hiperconsumo” Lipovetsky destaca a ideia de “hedonismo”.

Em *A era do vazio*, Lipovetsky trata o consumo essencialmente como materialização e vetor do hedonismo, e este, por sua vez, é apresentado como uma inversão da “ética protestante” hegemônica no Ocidente moderno, ética esta baseada sobretudo na austeridade em relação aos desejos e prazeres, mais exatamente na culpa por esses desejos e prazeres. Escreve Lipovetsky a propósito:

A era do consumismo não apenas desqualificou a ética protestante como também liquidou o valor e a existência de costumes e tradições, produziu uma cultura nacional e também internacional com base na solicitação das necessidades e das informações; arrancou o indivíduo do local e ainda mais da estabilidade da vida cotidiana, da imobilidade imemorial existente nas relações com os objetos, com os outros, com o corpo e consigo mesmo. (Lipovetsky, 1989, p. 153).

Nesse sentido, o capitalismo, acompanhando a tendência cada vez mais intensa de “personalização” dos indivíduos, consagrou-se com os novos valores individualistas legitimados pelo consumo, permitindo ao hedonismo tornar-se o comportamento geral na vida ocidental corrente no século XX. Em outras palavras, desejar consumir, gozar do consumo, pelo menos na prática, deixou de ser pecado na sociedade de consumo. Essa transformação cultural teria ocorrido paralelamente às transformações do mercado, e teria como marco o surgimento do consumo de massa nos Estados Unidos da década de 1920, evento ao qual Lipovetsky se refere como “a grande revolução cultural das sociedades modernas”, que marcaria também, vale lembrar, o início da “segunda revolução individualista” (Lipovetsky, 1989, p. 120).

Em *A felicidade paradoxal*, Lipovetsky faz alusão e descreve o que ele denomina “ciclo I da era do consumo” (2007, p. 26), o qual teria se iniciado por volta de 1880 e se estendido até a década de 1950, período em que o consumo de massa, no seu entender, consolida-se, embora ainda “inacabado, com predominância burguesa” (Lipovetsky, 2007, p. 29). O ciclo II, que se segue, teria como marco os “Trinta Gloriosos Anos”, caracterizados por uma ampliação inédita do bem-estar material, em particular na França. É nesse contexto que Lipovetsky constata a formação de uma “sociedade da abundância”, na qual uma oferta cada vez maior de produtos possibilitou que o acesso ao consumo e a bens deixasse de ser um privilégio burguês: “comprar o que dá prazer e não mais apenas aquilo de que se precisa já não é apanágio das camadas privilegiadas, mas, pouco a pouco, das próprias massas” (Lipovetsky, 2007, p. 100).

Sobre essa democratização do consumo a partir da década de 1950 e a flexibilização dos valores e das normas rígidas, que deram vazão ao hedonismo ocidental com a “segunda revolução individualista”, Lipovetsky pondera o seguinte no seu livro *A felicidade paradoxal*, cujo subtítulo é *ensaio sobre a sociedade de consumo*:

Sob um dilúvio de signos leves, frívolos, hedonistas, a fase II se empenhou em deslegitimar as normas vitorianas, os ideais sacrificiais, os imperativos rigoristas em benefício dos gozos privados. [...] Revolução do conforto, revolução do cotidiano, revolução sexual: a fase II está no princípio da “segunda revolução individualista”, marcada pelo culto hedonista e psicológico, pela privatização da vida e a autonomização dos sujeitos em relação às instituições coletivas. (Lipovetsky, 2007, p. 36).

Por fim, o terceiro e último ciclo da era do consumo Lipovetsky o vê consolidado no final da década de 1970, e seria o momento da “sociedade de hiperconsumo” (Lipovetsky, 2007, p. 37). Nela, “o consumo ordena-se cada dia um pouco mais em função de fins, de gostos e de critérios individuais. Eis chegada a época do hiperconsumo, fase III da mercantilização moderna das necessidades e orquestrada por uma lógica desinstitucionalizada, subjetiva, emocional” (Lipovetsky, 2007, p. 41). Nesse ciclo, o consumo, cada vez mais desvinculado das hierarquias de classe e do enquadramento coletivo e cultural da

“ética protestante”, assume uma configuração distinta, definida por Lipovetsky como “consumo emocional”, em contraste com o que seria o antigo “consumo ostentatório”.

O “consumo emocional”

Essa inflexão histórica no comportamento do consumo evidencia, no entender de Lipovetsky, um deslocamento na sua lógica: se antes predominava a busca pela distinção social e pelo prestígio coletivo com a obtenção de produtos e serviços, o foco do consumo se volta agora à experiência individual, à apreciação subjetiva do prazer e ao investimento emocional pessoal nesses bens e serviços adquiridos. Em outras palavras, se antes o consumo era para mostrar aos outros o poder de consumir, agora o outro importa menos, o relevante é gozar da forma mais pessoal possível desses produtos. Assim sendo, o “hiperconsumo” corresponderia ao estágio mais avançado da “segunda revolução individualista”, no qual a ênfase no prazer, na liberdade de escolha e na personalização das experiências de consumo acompanha um “impulso de individualização” cada vez maior. Nesse sentido, nas palavras de Lipovetsky, “a fase III significa a nova relação emocional dos indivíduos com as mercadorias, instituindo o primado do que se sente, a mudança da significação social e individual do universo consumidor que acompanha o impulso de individualização de nossas sociedades” (Lipovetsky, 2007, p. 46).

Outro ponto fundamental para Lipovetsky, decorrente da predominância do “consumo emocional” sobre o “consumo ostentatório”, diz respeito às consequências psicológicas que esse processo acarreta. Como afirmamos anteriormente, o consumo surge distraindo os indivíduos, desviando-os da busca por referenciais existenciais ascéticos e absolutos por meio de uma oferta abundante de referenciais mundanos e efêmeros. E é justamente a relação com esses referenciais de hierarquias valorativas e rígidas que o “consumo emocional” compromete:

Essa ordem hierárquica se desmantelou ou se desagregou em favor de sistemas desregulados e plurais, de classificações imprecisas e confusas que fazem depender do indivíduo o que, até então, dependia de regras e de estilos de vida comunitários. Daí resultam dúvidas e temores individuais relativos aos aspectos do consumo que, antigamente, eram evidentes porque organizados pelas tradições de classe. (Lipovetsky, 2007, p. 49-50).

Ou seja, a liberdade em relação às hierarquias valorativas de classe traz consigo um efeito negativo para o indivíduo ocidental contemporâneo da sociedade de hiperconsumo: diante da ausência de critérios claros, esse indivíduo, compelido a autodefinir-se continuamente por meio de escolhas privadas, vê-se mergulhado em incerteza e ansiedade. Ao discutir a importância das grandes marcas no contexto de um consumo que se torna cada vez mais individualizado, Lipovetsky argumenta que o abandono das

antigas formas de pertencimento coletivo e hierarquizado não implica um desinteresse pelo vínculo comunitário. Na verdade, houve uma transformação na natureza desse pertencimento: este deixa de ser imposto por estruturas sociais e passa a ser escolhido como expressão da autonomia individual, isto é, o vínculo com grupos sociais passa a integrar a própria lógica da liberdade das escolhas privadas. Nas palavras do autor, “se o logotipo se reveste de tal importância, é porque permite uma inclusão reivindicada pelo eu e não mais uma inclusão aceita como um destino social” (Lipovetsky, 2007, p. 51). O logotipo, portanto, torna-se um meio para afirmar identidades escolhidas. Consumir, nesse sentido, seria uma maneira de expressar quem se é realmente e a que grupo deseja pertencer. Assim sendo, o “hiperconsumo” não elimina o caráter social no ato de consumir e sim o reconfigura sob o imperativo da individualidade, da autonomia optativa e da autoexpressão.

O “hiperconsumidor”

O perfil do indivíduo gerado por essa sociedade de hiperconsumo, evidentemente, só poderia ser o de um “hiperconsumidor”, o qual é analisado mais detidamente por Lipovetsky no seu livro *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de consumo*. No geral, Lipovetsky define esse “hiperconsumidor” como um ocidental contemporâneo que, com a superação tanto do consumo “ostentatório” quanto do consumo voltado à subsistência, não se limita a adquirir bens, mas busca neles experiências singulares, capazes de expressar estilos de vida e de responder ao imperativo de constante autodefinição que caracteriza a cultura da sua época. É nesse sentido que “o supérfluo, a moda, os lazeres, as férias tornam-se desejos e aspirações legítimos em todos os grupos sociais” (Lipovetsky, 2007, p. 100), isto é, que a experiência emocional e sensível passa a ser cada vez mais valorizada. Desse modo, o consumo não apenas se apresenta, para esse “hiperconsumidor”, como um modo de distração em face do seu “vazio”, mas também integra o seu universo particular ao universo econômico:

De um lado, este se afirma como um ‘consumator’, informado e ‘livre’, que vê seu leque de escolhas ampliar-se, que consulta portais e compradores de custo, aproveita as pechinchas do *low-cost*, age procurando otimizar a relação qualidade/preço. Do outro, os modos de vida, os prazeres e os gostos mostram-se cada vez mais sob a dependência do sistema mercantil. Quanto mais o hiperconsumidor detém um poder que lhe era desconhecido até então, mais o mercado estende sua força tentacular; quanto mais o comprador está em situação de auto-administração, mais existe extrodeterminação ligada à ordem comercial. (Lipovetsky, 2007, p.15).

Trocando em miúdos, embora esse indivíduo disponha de uma liberdade cada vez maior para expressar-se, decidir-se e informar-se, essa mesma liberdade revela-se progressivamente submetida ao sistema mercantil. Portanto, o “hiperconsumidor” é, ao mesmo tempo, convidado a escolher e

constrangido a fazê-lo, ele pode decidir entre as opções que lhe são oferecidas, mas não pode escapar da necessidade de participar do consumo. Nesse sentido, suas condições de possibilidade são determinadas pelo mercado, que lhe impõe alternativas previamente definidas e lhe oferece por meio delas maneiras de tornar-se, cada vez mais, “ele mesmo”.

Nesse cenário, tudo se ordena então de maneira a maximizar a experiência pessoal. Na contínua busca pela experiência sensível e subjetiva que os objetos, tornados produtos pelo mercado, podem proporcionar, é necessária a consagração de um processo marcado pela efemeridade e pela constante substituição. Como observa Lipovetsky, “uma estética do movimento incessante e das sensações fugazes comanda as práticas do hiperconsumidor” (Lipovetsky, 2007, p. 68). A obsolescência rápida e o culto ao novo se articulam como princípios estruturantes da vida social e econômica dessa época, a nossa época. Tal reflexão nos remete em Lipovetsky ao que seria o surgimento de uma “economia pós-fordista”, descrita por ele da seguinte maneira:

A fim de opor-se à desaceleração do consumo ligada à saturação dos mercados domésticos dos bens de consumo duráveis e de responder melhor às necessidades individualistas de diferenças, os industriais empregaram novos modos de estimulação da procura baseados na segmentação dos mercados, na multiplicação de referenciais, na oferta de variantes dos produtos a partir de componentes idênticos. O sistema de produção de massa cedeu o passo a uma lógica de proliferação da variedade. (Lipovetsky, 2007, p. 78-79).

Essa transformação produtiva, ao privilegiar a variedade, a personalização e o estímulo constante ao desejo, inaugura a noção de produtos e serviços não apenas utilitários, mas revestidos de dimensões estéticas, simbólicas, que exploram a sensibilidade e a criatividade como vetores centrais de valor econômico. A “economia pós-fordista” é o que vai aparecer em *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*, como condição para a consagração do “capitalismo artista”.

Enfim, o “capitalismo artista”

Em 2013, ao publicar junto com Jean Serroy *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*, Lipovetsky propõe mais uma história: depois da história do individualismo, e como parte dessa história, a história do “capitalismo artista”. E o que chama a atenção de imediato nessa caracterização de capitalismo é o inusitado adjetivo “artista”. Enfim, em que consistiria um “capitalismo artista”, que modalidade de capitalismo seria este? Seria um capitalismo da criatividade, um capitalismo da produção do encantamento e da beleza?

A beleza e o encantamento seriam, de fato, produtos desse “capitalismo artista”, porém não a sua finalidade. Como afirmam Lipovetsky e Serroy, “a dimensão artista do capitalismo é da ordem do projeto

e das estratégias empresariais, não dos resultados obtidos. Se esse sistema produz beleza, também produz mediocridade, vulgaridade, ‘poluição visual’” (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 41). Ou seja, o “capitalismo artista” operaria na intersecção entre os domínios da arte e da economia, configurando-se como o resultado de um processo de “estetização” do mundo ocidental contemporâneo. E o que seria exatamente essa “estetização” na definição de Lipovetsky e Serroy?

A “estetização do mundo” refere-se ao processo de ampliação das experiências sensíveis na vida cotidiana proporcionado pelo desenvolvimento do capitalismo nas últimas décadas, particularmente no que tange ao consumo. Na prática, trata-se da “abundância de estilos, de *design*, de imagens, de narrativas, de paisagismo, de espetáculos, de músicas, de produtos cosméticos, de lugares turísticos, de museus e de exposições” fortemente presentes no nosso cotidiano ocidental (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 14). Como Lipovetsky e Serroy explicam, “do mesmo modo que multiplica as criações estilísticas, o capitalismo artista também desenvolve um consumo cada vez mais abundante em experiências estéticas no sentido original de sensações, de experiências sensíveis e emocionais: o *αἴσθησις* dos gregos” (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 62). Portanto, o conceito de estética utilizado por Lipovetsky e seu parceiro teórico não traz nada de original, na medida em que segue o sentido original da tradição grega, ou seja, como *aisthesis* (*αἴσθησις*), que designa o mundo sensível e emocional em oposição ao mundo racional e lógico. Contudo, essa dicotomia entre o racional e o sensível será determinante na dinâmica interna do “capitalismo artista”, que se constrói justamente com a fusão entre esses dois polos: de um lado, a racionalidade utilitarista da lógica econômica, de outro, a estimulação sensível e emocional que forma, por exemplo, a experiência do consumo. A relevância dessa articulação entre o racional e o sensível aparece também na entrevista concedida por Lipovetsky à Fundação Francisco Manuel dos Santos, intitulada *O Valor da Liberdade*, em 2015, quando, ao ser questionado sobre a necessidade humana de uma ampla diversidade de opções no ato de consumir, Lipovetsky afirma:

E se levar em conta a condição humana, e se se disser: “bem, a racionalidade é apenas uma parte da condição humana e há uma outra dimensão...” Essa dimensão, o que é? É a dimensão estética, no sentido grego do termo, a vida das sensações, a vida sensível. A vida sensível não é racional. Aí não há dúvida. Bem, talvez a economia não seja racional porque visa essa parte da vida humana que não é racional, que é a dimensão estética, a “aesthesis” dos gregos. (Lipovetsky, 2015, 7:05-7:55).

Valendo-se dessa base conceitual, Lipovetsky e Serroy propõem então uma periodização da história do “capitalismo artista”, dividindo-a em três grandes fases, cada uma delas representando uma forma específica de dinâmica entre os imperativos econômicos e os imperativos estéticos. Essa periodização permitiria assim observar como o processo de “estetização do mundo” se intensifica e se torna complexo ao longo do tempo, alcançando sua expressão plena na contemporaneidade.

Segundo Lipovetsky e Serroy, a história do “capitalismo artista” teria início no século XIX, “com a industrialização, com a produção em série e a economia moderna de consumo” (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 130). Sua primeira fase seria marcada por uma produção e distribuição industrial em escala inédita, o que teria provocado o surgimento de uma dimensão estética verificada, por exemplo, no design de produtos e na decoração dos espaços comerciais, como podemos inferir da seguinte passagem de *A estetização do mundo*:

Assim, com o primeiro capitalismo moderno de consumo teve início um processo de estilização do mundo industrial e comercial, por meio desses dois grandes dispositivos que são o design de objetos, por um lado, e a pompa decorativa dos novos espaços de venda, que são as lojas de departamento, por outro. (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 133).

A primeira fase do “capitalismo artista” ainda é descrita pelos nossos autores como um “capitalismo artista *restrito*”, enquanto a segunda fase é denominada por eles de “capitalismo artista *estendido*” (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 135). A passagem de uma fase para a outra teria ocorrido, segundo eles, no contexto pós-Segunda Guerra Mundial, mais exatamente durante os mesmos “Trinta Gloriosos Anos” que correspondem à passagem para o “ciclo II da era do consumo” em *A felicidade paradoxal*. Nesse momento, a lógica artista adquire maior relevância econômica e se difunde mais amplamente nas sociedades liberais. Contudo, Lipovetsky e Serroy enfatizam que essa expansão permanecerá limitada pelo modelo de organização produtiva do fordismo, que privilegiava a racionalização técnica e a eficiência industrial em detrimento da dimensão estética. O design, nesse contexto, é colocado em segundo plano:

A esfera industrial se moderniza em alta velocidade, se reestrutura de acordo com os mecanismos de racionalização característica do sistema fordiano. Toda essa fase é dominada por uma organização produtivista e tecnicista, por uma lógica econômica mais quantitativa do que qualitativa. Por isso mesmo, o design está longe de se desenvolver e ser reconhecido em toda essa esfera: nas décadas de 1950-60, ele ainda aparece como puro estilismo, uma atividade inútil, a tal ponto se impõe a engenharia de produção. (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 171).

A terceira e última fase desse “capitalismo artista” corresponderia “ao capitalismo dos últimos trinta anos” (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 135), ou seja, ao período que se estende da década de 1980 até a de 2010, quando o livro foi escrito. Nessa fase, que Lipovetsky e Serroy definem como “transestético”, o “capitalismo artista” teria se expandido de maneira a potencializar o “capitalismo de hiperconsumo” em escala global e a destituir e superar a hierarquização envolvendo racionalidade técnica e sensibilidade artística. Em outras palavras, “um capitalismo centrado na produção foi substituído por um capitalismo de sedução focalizado nos prazeres dos consumidores por meio das imagens e dos sonhos, das formas e dos relatos” (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 42). Trata-se aqui, pela descrição dos autores, da “economia pós-

fordista”. De todo modo, ela consistiria numa fase em que os códigos estéticos infiltrariam-se em todos os setores da economia e da vida cotidiana, promovendo assim a estilização generalizada dos bens, serviços e de outras experiências pessoais com as mercadorias. E acrescentam: “o capitalismo artista é hoje movido por um destino *mundial*” (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 135).

Essa estilização generalizada no funcionamento dos mercados dará margem a uma outra história, a história da própria estetização do mundo. A “história da estetização do mundo”, narrada por Lipovetsky e Serroy logo no prefácio de *A estetização do mundo*, apresenta o “processo imemorial de estilização do mundo” (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 18). Esse processo passaria por diferentes formas históricas de relação entre estética, sociedade e cultura e teria início nas chamadas sociedades primitivas, por meio do que os autores denominam “artealização ritual”, um momento em que a estilização do mundo possuía uma função sagrada e ritualística, sem distinção entre arte e religiosidade.

Em seguida, já na segunda fase dessa outra história, esse processo evolui no Ocidente para uma “estetização aristocrática”, marcada pelo início da diferenciação entre a arte e outras esferas da vida social, embora ainda restrita economicamente à classe aristocrática. É nesse contexto que “a aventura da autonomização do domínio artístico e estético põe-se em marcha” (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 18).

A terceira fase dessa “história da estetização do mundo” é a fase da “estetização moderna do mundo”, caracterizada pela emancipação dos artistas em relação à Igreja e pelas transformações sociais que conduziram à formação de um sistema artístico com grau elevado de autonomia institucional, criativa e simbólica.

Por fim, a quarta e última fase dessa história, a “transestética”, quando a estetização deixa de ser um fenômeno restrito a certos espaços ou práticas e passa a integrar de forma massiva o cotidiano, o consumo e o próprio funcionamento do capitalismo contemporâneo. O que distinguiria esse momento dos anteriores, contudo, não seria apenas sua extensão inédita, mas sobretudo a extinção de oposições que antes pareciam insuperáveis: “arte contra cultura, cultura contra comércio, criação contra divertimento” (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 27). Ao contrário das fases anteriores, em que a arte era restrita a contextos rituais ou aristocráticos, ou ainda valorizada, na modernidade, por sua autonomia e distinção, na era transestética há uma dissolução hierárquica do âmbito estético em relação às demais esferas da vida social, configurando o que Lipovetsky e Serroy chamaram de “hiperarte”:

Uma hiperarte também na medida em que não simboliza mais um cosmos, não expressa mais narrativas transcendentais, não é mais a linguagem de uma classe social, mas funciona como estratégia de marketing, valorização distrativa, jogos de sedução sempre renovados para captar os desejos do neoconsumidor hedonista e aumentar o faturamento das marcas. (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 18).

Nesse novo regime, a atribuição de valor estético já não exige mais a legitimação divina, de classe, tampouco de museus, críticos ou instituições culturais: doravante tudo pode ser estetizado, de embalagens a experiências e modos de vida, característica, aliás, que também define o “capitalismo artista” em sua terceira fase. O indivíduo, por sua vez, encontra-se completamente imerso nessa lógica, que é ao mesmo tempo comercial e estética: eis o momento do “hiperconsumidor”, cuja existência vai se dar num mundo no qual tudo se torna consumo, inclusive a dinâmica da sua própria subjetividade:

Coisa cotidiana, o consumo transtético atinge em nossos dias quase todos os aspectos da vida social e individual: à medida que recua a ascendência dos imperativos de classe, comer, beber, vestir-se, viajar, morar, ouvir música, tudo isso se torna uma questão de gostos subjetivos, de emoções pessoais, de opções individuais, de preferências mais ou menos heterogêneas: é uma estética autorreflexiva que estrutura o consumo hiperindividualista. (Lipovetsky; Serroy, 2015, p. 31).

Em suma, no “capitalismo artista”, o individualismo alcança o seu máximo vigor e a sua máxima expressão, gerando inclusive a figura do “hiperconsumidor”, um indivíduo que já não consegue mais distinguir o seu universo pessoal da lógica do consumismo.

Referências

CHARLES, S. “O individualismo paradoxal: introdução ao pensamento de Gilles Lipovetsky”. In: LIPOVETSKY, G. *Os tempos hipermodernos*. Trad. Mário Vilela. São Paulo: Barcarolla, 2004.

_____. “Gilles Lipovetsky, o amor ao concreto”. In: Comte-Sponville, Conche, Ferry, Lipovetsky, Onfray, Rosset: *é possível viver o que eles pensam?*. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Barcarolla, 2006.

LIPOVETSKY, G. *L'ère du vide: essais sur l'individualisme contemporain*. Paris: Éditions Gallimard, 1989.

_____. *A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo*. Trad. Therezinha Monteiro Deutsch. São Paulo: Manole, 2005.

_____. “Entrevistas: Gilles Lipovetski” [Entrevista concedida a] Sébastien Charles. In: Comte-Sponville, Conche, Ferry, Lipovetsky, Onfray, Rosset: *é possível viver o que eles pensam?*. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Barcarolla, 2006.

_____. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de consumo*. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

_____. “Tempo contra tempo, ou a sociedade hipermoderna”. In: LIPOVETSKY, G. *Os tempos hipermodernos*. Trad. Mário Vilela. São Paulo: Barcarolla, 2004.

_____. *O Valor da Liberdade | EP. 1 Entrevista a Gilles Lipovetsky* [Entrevista concedida a] Joana Pontes. ffmspt, 2015. Youtube, 24:57. Disponível em: <https://youtu.be/jNN0zJgCUb8?si=5qSBIN2vWu6y0sob>. Acesso em: 5 de novembro de 2024

_____; SERROY, J. *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

_____. *Gilles Lipovetsky – O que é “individualismo” afinal?* [Entrevista concedida a] Fronteiras do Pensamento. Fronteiras do Pensamento, 2019. Youtube, 24:57. Disponível em: https://youtu.be/FuA_rii0ySs?si=DqjjeCngbG5KY4PN. Acesso em: 18 de março de 2025.

RUSS, J. *Pensamento ético contemporâneo*. Trad. Constança M. César. São Paulo: Paulus, 1999.

Recebido em: 28/10/2025

Aceito em: 02/03/2026