70

GILLES LIPOVETSKY
JEAN SERROY

O CAPITALISMO ESTÉTICO NA ERA DA GLOBALIZAÇÃO

Resumo de O Capitalismo Estético na Era da Globalização

O estilo, a beleza, a mobilização do gosto e das sensibilidades impõem-se a cada dia que passa como imperativos estratégicos das marcas: o capitalismo do hiperconsumo e um modo de produção estética.

As industrias de consumo, o design, a moda, a publicidade, a decoração, o cinema criam, de forma massificada, produtos plenos de sedução, tentando assim veicular afectos e sensibilidade, num universo estético heterogéneo que vai proliferando.

E o real vai-se construindo como uma imagem com dimensão estética, que se tornou cada vez mais importante na concorrência entre as marcas globais. E isto o capitalismo artístico, que se caracteriza pelo peso crescente das experiências e sensações, por um trabalho sistemático de estilização dos bens e dos locais comerciais, pela integração generalizada da arte, do visual e do afecto na esfera do consumo.

Ao criar uma paisagem económica caótica a nível mundial estilizando o universo do quotidiano, «o capitalismo e menos um ogre que devora os seus próprios filhos do que um Jano de duas faces».

Acesse aqui a versão completa deste livro