# ESTÉTICA DIFUSA
# O DE LA GLOBALIZACIÓN DE LO ESTÉTICO

· *Andrea Mecacci* ·

**Andrea Mecacci**
Universidad de Florencia

**Estética difusa o de la globalización de lo estético**

Traducción de Facundo Bey
Instituto de Filosofía "Ezequiel de Olaso" (Centro de Investigaciones Filosóficas - Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas)

DOI: 10.36446/be.2024.66.374

**Resumen**
*Estética difusa* es la fórmula que sintetiza la omnipresencia de los fenómenos estéticos en el escenario actual: superada la larga fase del dominio exclusivo del arte como parámetro de los valores estéticos, la contemporaneidad se ha reconocido en una pluralidad de prácticas en las que también lo no estético es pensado y experimentado como estético. El ensayo se propone explorar los aspectos teóricos de este proceso en el que consumo material y consumo inmaterial confluyen en un único escenario, cotidiano y omnipresente. Esta definición de una estética globalizada, en la que se activa plenamente el papel de lo estético en la cultura del consumo, ha configurado, en primer lugar, la oposición entre la estetización y la estética de lo cotidiano; en segundo lugar, un enfoque ideológico y crítico; y, por último, una perspectiva más vinculada a la experiencia estética de las prácticas del mundo de la vida contemporánea.

**Palabras clave**
Estetización; Transestética; Anestetización; Posmodernismo; Estética de lo cotidiano

**Diffused Aesthetics or the Globalization of the Aesthetic**

**Abstract**
*Diffused aesthetics* is the formula by which the pervasiveness of aesthetic phenomena in the current scenario is summarized: having overcome the long phase of the exclusive dominance of art as the parameter of aesthetic values, contemporaneity has recognized itself in a plurality of practices in which even the non-aesthetic is thought and experienced as aesthetic. The essay aims to probe the theoretical aspects of this process in which material consumption and immaterial consumption converge into a single, everyday and pervasive scenario. This definition of a globalized aesthetics, in which the role of the aesthetic in consumer culture is fully activated, has configured first of all the opposition between the aestheticization and the aesthetics of the everyday, one approach ideological and critic and another more constrained to the aesthetic experience of the practices of the contemporary life-world.

**Keywords**
Aestheticization; Transaesthetics; Anesthetization; Postmodernism; Everyday aesthetics

*Recibido: 06/02/24. Aprobado: 21/03/24.*



Ninguna época histórica como la contemporánea ha conocido la centralidad absoluta de lo estético en la definición de su propia identidad. *Estética difusa* es la fórmula con la que se sintetiza la ubicuidad de los fenómenos estéticos en el escenario actual: superada la larga fase del dominio exclusivo del arte como parámetro de los valores estéticos, la contemporaneidad se ha reconocido en una pluralidad de prácticas en las que incluso lo no estético se piensa y experimenta como estético (Welsch 1996: 20-21). Hija de los dos grandes procesos de estetización del siglo XX, el pop (el arte del consumo) y la posmodernidad (el consumo del arte), la estética difusa representa en el campo estético lo que ha sido la globalización para la economía y la política. En el relativismo ético de la contemporaneidad, la estetización asume un papel protagonista: más que las preferencias políticas o morales, son los gustos compartidos los que confluyen en las estrategias del consumo material e inmaterial, los que unen las prácticas cotidianas de las personas. Esta relevancia absoluta otorgada a lo estético, que la tecnología consolida cada vez más, ha sido objeto de análisis de al menos dos lecturas fundamentales.

La definición de una estética globalizada, en la que se activa plenamente el papel de lo estético en la cultura del consumo, ha configurado en primer lugar la oposición entre estetización y esteticidad de lo cotidiano. La estetización es esa dimensión ideológica que ve en la realidad una construcción estética que erosiona cualquier aporte crítico, una cultura que sustituye la esencia por la apariencia, el *hardware* por el *software*, la mercancía por el *packaging*: la desrealización

de la realidad y su construcción mediática, la marginación del arte, el capitalismo como gusto y consumo. A esta configuración se opone, en parte, un análisis más riguroso de los procesos de estetización y de su impacto en las prácticas de la vida cotidiana: la estratificación de la esteticidad difusa en la dialéctica superficie/profundidad, la centralidad del cuerpo y la definición de una somaestética y, en años más recientes, la tematización de una verdadera y propia *everyday aesthetics* [estética de lo cotidiano]. Además de la moda, el diseño, la cirugía estética, dimensiones canónicas de la estética aplicada, también se incluyen la comida, el medio ambiente, el deporte y, en sentido amplio, todo aquello que activa una experiencia estética dentro de prácticas individuales y colectivas que se encuentran en la vida cotidiana de todos.

## 1. Transestética

Descubrir que el mundo en el que se vive no es más que una inmensa ficción, una imagen en la que nada refleja lo real y todo está simulado. Es posible atribuir esta frase tanto al mito de la caverna de Platón como al final de la película de Peter Weir de 1998, *El show de Truman* [*The Truman Show*], en la cual un joven hombre de clase media estadounidense, Truman, descubre que el mundo en el que vive no es más que un gigantesco *set* televisivo. *The Truman Show* podría ser el manifiesto, aunque bastante diluido en verdad, de aquellos que han visto en la estetización de la contemporaneidad un proceso incontrolado de dominio. En esta perspectiva, lo que resuena en la palabra "estetización" es un sonido siniestro que remite a lecturas al mismo tiempo opuestas y complementarias: Theodor Adorno (la industria cultural como horizonte omnívoro de lo social) y Martin Heidegger (la modernidad que resuelve el mundo en imagen e imposición tecnológica). Pero es en la obra de Walter Benjamin en la que la estetización se vuelve central y adquiere acentos probablemente





más fecundos para una hermenéutica del presente. Ya en el siglo XIX las exposiciones universales habían creado lugares en los que lo estético se reformulaba dentro de la cultura industrial y de su expresión más acabada, la metrópoli: "Las exposiciones universales transfiguran el valor de cambio de las mercancías. Crean un marco donde su valor de uso retrocede. Abren una fantasmagoría donde el hombre ingresa para distraerse" (Benjamin [1935] GS V/1: 50; 2005: 42; trad. mod.). La moda transforma la mercancía en fetiche: es la primera forma de estetización de la era industrial, aquella forma ya identificada de primera mano por Marx. El paso que da Benjamin es, sin embargo, ulterior y es el tema de *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* [*Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, 1936]: la creación tecnológica de lo estético y el impacto perceptivo (individual y colectivo) que activa el medio tecnológico. En esta inédita dimensión, lo estético (producido, mediado y difundido por lo tecnológico) llega a la encrucijada de la estetización de la política y la politización del arte. Si en el segundo caso se trata de comprender el proceso crítico y emancipador que la técnica abre, los nuevos espacios de posibilidad de la *poiesis* tecnológica, en la primera opción, en cambio, emerge "un cegamiento social" que cristaliza "en una ilusión onírica la fijación fetichista sobre las apariencias" (Desideri 2022: XXXIII). En el encanto del símbolo, en el placer estético la *Ästhetisierung* [estetización] se revela como el proceso más eficaz de alienación de masas.

Así, el siglo XX puede transcribir dentro de sí una evolución de la estetización en la que se perfecciona la equivalencia entre realidad e imagen: las escenografías nacionalsocialistas inmortalizadas en *El triunfo de la voluntad* [*Triumph des Willens*, 1935] de Leni Riefenstahl, el surgimiento de la hiperrealidad como lo atestigua un pasaje premonitorio de *La naranja mecánica* [*A Clockwork Orange*] de Ant-

hony Burgess, reproducido sin falta por Stanley Kubrick en su versión cinematográfica [1971] –"Es raro que los colores del mundo real parezcan reales de verdad sólo cuando se los ve en la pantalla" (Burgess 1962: 104; 2012: 197) –, y la conclusiva sustitución de lo real por su imagen en la visión distópica de *Matrix* y también en la más tranquilizadora de *The Truman Show*.

Fue Jean Baudrillard quien, a su manera y según su propio punto de vista, al extremar la acepción negativa de la estetización recogió la herencia de Walter Benjamin (la reproducibilidad técnica de lo estético) y de Marshall McLuhan (el medio es el mensaje), percibiendo en la técnica una nueva generación de sentido que se ofrece como dimensión estetizada. Del mismo modo en que la realidad es sustituida por la simulación, así también la producción responde a la seducción como principio que preside el orden de las apariencias, de los artificios, de los simulacros. Sobre todo. a partir de la segunda mitad de los años ochenta, Baudrillard, asumiendo como divinidad tutelar a Andy Warhol, ha identificado en la estetización un doble proceso: por un lado, la desmaterialización del arte ("desaparición" es el término utilizado o *vanishing point*, adoptando una fórmula anglosajona quizás más eficaz); por otro, la materialización de lo estético en forma operativa. Esto representa un paso ulterior con respecto al sistema de simulacros que orientaba la posmodernidad. Se ingresa en una "transestética" en la que el arte, proliferando en todas partes, se descubre comprometido en su propia desaparición. Sin embargo, Baudrillard nunca distingue entre "estético" y "artístico" y es precisamente a la luz de esta indistinción que la estetización asume rasgos ideológicos. El aparato estético de la realidad continúa funcionando, aunque sus contenidos se han tornado indiferentes a este mismo funcionamiento: "Toda la maquinaria industrial del mundo se ha visto estetizada, toda la insignificancia del mundo se ha visto transfigurada por la estética" (1990: 24; 1997: 22).





Es la técnica la que sostiene y realiza esta simulación total de lo real. La estetización penetrante en la que nos encontramos inmersos oculta el hecho de que es precisamente la ubicuidad de lo tecnológico "el arte de desaparecer": la virtualidad que mata lo real. Es la tesis de *El crimen perfecto* [*Le crime parfait*] de 1994, el texto en el que la idea de estetización confluye definitivamente con la de virtualización. En la búsqueda de una perfección, el ser humano se adhiere a este proyecto pensándose como artefacto, como máquina. Si Duchamp había deconstruido el objeto, le toca a Warhol deconstruir el sujeto identificando el yo con la máquina. El arte, en su acepción clásica, es, en este proceso en el que la imagen técnica presupone ya la eliminación del sujeto, una "periferia". Lo estético emerge como práctica de eterna artificialización de dimensiones que no tienen al centro al arte. En esta perspectiva, venir después de Warhol significa no tener que volver a "plantearse la cuestión de lo bello y de lo feo, de lo real o de lo irreal, de la trascendencia o de la inmanencia […] Inútil buscarle a nuestro arte una coherencia o un destino estético" (Baudrillard 1990: 25-26; 1997: 23-24).

Yves Michaud ha recogido esta mutación de lo artístico en lo estético a través de la metáfora de la "vaporización": el arte en la época del triunfo de la estética es un "estado gaseoso". A pesar de permanecer fiel a una visión artístico-céntrica de la estetización, es decir, una en que lo estético sigue estando identificado con lo artístico, aunque en nuevas formas, Michaud, en un tono menos apocalíptico que Baudrillard, configura un escenario en el que lo estético se reformula en prácticas esencialmente hedonistas. Parece entonces que la estetización no es tanto un problema de imposición tecnológica como de búsqueda del placer. La contemporaneidad está marcada por la paradoja de que el consumo de lo bello y de lo estético se da en un mundo que documenta la ausencia de obras de arte. Obviamente, esta paradoja subsiste solo si se mantiene la identificación entre lo

estético y lo artístico. Al desmaterializarse, el arte (y, por lo tanto, para Michaud también lo estético) se difunde negando su propio *status* clásico (el arte como obra, objeto concreto) y se transforma en experiencia: "Ahí donde había obras sólo quedan experiencias" (Michaud 2003: 9-10; 2007: 11).

La imagen de la vaporización recuerda un conocido pasaje del *Manifiesto del Partido Comunista*, donde Karl Marx y Friedrich Engels advierten en la acción disolvente de la burguesía con respecto al pasado su capacidad, incesante e indomable, de producir inestabilidad y revolución: "*Alles Ständische und Stehende verdampft*". Todo lo que es sólido y estable se evapora. Una frase que Marshall Berman considera como paradigma de la experiencia de lo moderno, tanto que la utiliza como título de su libro de 1982: *All That Solid Melts in the Air* [*Todo lo sólido se desvanece en el aire*], y que de alguna manera resuena en la fórmula de Zygmunt Bauman de una "modernidad líquida" que reemplaza a una época "sólida". El paso de un orden constituido por la vida productiva, que se consolida ideológicamente en el aplazamiento de la gratificación, en posponer el placer –tal como lo había ya descrito Max Weber–, al horizonte inestable del consumismo, que es al mismo tiempo hedonismo inmediato e insatisfacción reiterada. La posmodernidad ya había registrado una idea de experiencia no lineal y no progresiva, sino completamente inmersa en el "momento". La estetización hace de esta experiencia estética ("vaporosa", "líquida") el escenario exclusivo de lo real: el placer ya no es un principio a procrastinar ni a sublimar o reprimir ni, a la inversa, a liberar (según la utopía estética que conduce desde la *Educación estética del hombre* [*Über die ästhetische Erziehung des Menschen*] de Friedrich Schiller a *Eros y civilización* [*Eros and Civilization*] de Herbert Marcuse), sino el mínimo común denominador de experiencias atomizadas que se reconocen en una única dimensión posible. La solidez de





lo artístico que la modernidad decimonónica había institucionalizado en los museos y en el saber académico se invierte en una fruición rapsódica, turística, activable humorísticamente, precisamente, en cada instante.

Michaud, al diagnosticar la condición del arte actual, puede por lo tanto indicar una doble lógica que amplía el discurso también a una estetización más difusa. Por un lado, la "vaporización del arte", la forma en que el arte (y su disfrute) asume una forma "difusa y vaporosa"; por otro, un proceso que "desarrolla una estetización de la experiencia en general: la belleza no tiene límites (*beauty unlimited*), el arte se desborda en todas partes hasta el punto de no estar en ninguna. *Así es la experiencia estetizada*" (Michaud 2003: 181; 2007: 149; énfasis original).

## 2. Niveles de estetización

La superposición de estetización y globalización está en el centro de los análisis de *Grenzgänge der Ästhetik* [*Fronteras de la estética*], el texto de Wolfgang Welsch de 1996 en el que la penetración ubicua de lo estético es diagnosticada a través de una dialéctica fundamental: profundidad/superficie. La estetización no es solo la exhibición de la inclusión de elementos estéticos en los variados fenómenos de la vida que, en teoría, no deberían revelarse estéticos (la política, la economía, el saber) o el refuerzo estético de dimensiones que ya están dotadas de esteticidad (la moda, el diseño, la tecnología), sino el síntoma de una nueva epistemología de la realidad. Es a la luz de esta acepción más problemática de la estetización que es comprensible cómo Welsch no ve en la posmodernidad una fase de ulterioridad (o alteridad) o antagonismo contra la modernidad, sino el modo de autodefinición de la modernidad contemporánea y es dentro de esta autodefinición que emerge lo estético como elemento connotativo

(cfr. Welsch 1987). La estetización es por tanto contemporáneamente nueva etapa de lo moderno y su legado. La estratificación de los procesos de estetización conlleva además un abandono definitivo de la identificación entre lo estético y lo artístico, que se podría asumir sin mucha discusión como el meollo de la estética difusa.

El primer nivel es la estetización que involucra la superficie de lo real (*Oberflächenästhetiesierung*). Se trata de una dinámica que el pop ya había hecho emerger: la estética de la superficie. En esta etapa se registra un "embellecimiento" (*Verhübschung*) de la experiencia cotidiana. Lo estético se difunde de forma invasiva surgiendo no solo en ámbitos de hiperestetización evidente (la moda y el diseño), sino en prácticas potencialmente infinitas (la comida, el turismo, el deporte y así sucesivamente). Son de hecho todas aquellas áreas de la experiencia estética apropiadas por el campo de estudios denominado *everyday aesthetics* ("un movimiento que, lejos de un enfoque estrictamente centrado en el arte, ha reconocido una continuidad entre las experiencias del arte y las experiencias pertenecientes a otros dominios de la vida", Irvin 2009: 136), que, refiriéndose a John Dewey, parte de la siguiente idea central:

> los objetos y actividades que no están esencialmente conectados al arte o a la naturaleza pueden tener propiedades estéticas y/o pueden dar origen a significativas experiencias estéticas. Por lo tanto, es oportuno extender el análisis estético virtualmente a todas las áreas de la vida (Irvin 2009: 136). [1]

[1] Cfr. Matteucci 2015a. Cabe señalar que la distinción delineada por Matteucci entre "hiper-estético" (la cotidianidad de lo estético) e "hipo-estético" (la esteticidad de lo cotidiano) está implícitamente operativa también en nuestro tratamiento (Matteucci 2015a: 13).





La realidad se autorrealiza como construcción estética: es el pasaje de lo estético aparente como esencia. Una transición que la posmodernidad ya había elaborado y que, en la terminología de Baudrillard, había sido sintetizada por el cambio del valor de uso en valor simbólico. Antropológicamente esta experiencia estetizada se declina en el hedonismo, en la búsqueda de un "goce sin consecuencias". El sujeto participa en esta incesante operación de *packaging* llegando a la construcción y al consumo de su propia imagen y de la de los demás: un proceso de "vidrierización" (Codeluppi 2007) que puede interpretarse como la etapa plenamente estetizada tanto de la alienación del sujeto como del fetiche de la mercancía.

A esta estetización superficial le sigue una más profunda. Aquí ya no está en juego un maquillaje de lo real, sino su estetización inmaterial. La simulación, el eje de esta construcción tecnológica de lo real, "ya no tiene una función imitativa, sino productiva" (Welsch 1987: 14). La profundidad de este segundo estadio trasciende las manifestaciones estetizadas que la modernidad ha atravesado (la utopía del alma bella, el culto posmoderno al hedonismo, las estrategias estetizadas de la economía) y se delinea como un escenario de desrealización: la realidad como construcción mediática. Es este el nivel que configura la identificación del *status* de *Homo Aestheticus* del sujeto contemporáneo. La afirmación de un *styling* del sujeto se vuelca, por lo tanto, en una doble condición que lo tecnológico atestigua. Una condición doble que Benjamin ya había intuido: la desrealización de la realidad es siempre una reconfiguración de la *aisthesis*.

Este escenario implica que la herencia de lo moderno es una estetización epistemológica. Lo estético que encontramos en la cotidianeidad es solo la superficie de una epistemología, es decir, la construcción de nexos entre realidad, conocimiento y verdad, que asume los rasgos y modalidades de un verdadero y propio *aestethic turn*. Un

proceso que tiene a sus espaldas una "protoestética", es decir, la historia misma de la estética que a través de dos momentos decisivos, Immanuel Kant (el carácter epistemológico de lo estético) y Friedrich Nietzsche (el carácter estético-ficcional del conocimiento), sienta las bases del giro estético de la contemporaneidad (Welsch 1987: 94-95). Esto provoca, y Welsch no deja de señalarlo, como todos los intérpretes de la estética difusa, la superación de la identidad entre estético y artístico para llegar a una visión transartística de lo estético, compendiada en la fórmula "la estética más allá de la estética".

### 3. Hacia la anestetización

Quedan pendientes problemas que la estetización deja abiertos y que pueden ser reconducidos a otras declinaciones. Si admitimos la opción, todavía válida, de leer la estetización a través de lo que se puede considerar su sinónimo, el "espectáculo", entonces también el diagnóstico de Guy Debord (*La sociedad del espectáculo* [*La Société du spectacle*, 1967]), que traspone la crítica marxista de las mercancías al escenario del capitalismo de la comunicación, puede reclamar aún legitimidad para sí. El espectáculo de Debord no sería otra cosa que la estetización, cuantitativa y cualitativa, de los valores de la sociedad postindustrial, la modalidad en la que la mercancía muda en representación: "La vida entera de las sociedades en las que imperan las condiciones de producción modernas se anuncia como una inmensa acumulación de *espectáculos*. Todo lo directamente experimentado se ha convertido en una representación" (Debord 1967: 15; 2009: 37; énfasis original). El espectáculo, forma contemporánea de la mercancía, no es, por lo tanto, una simple estética del entretenimiento, un ámbito circunscrito de un consumo que se explicita en las lógicas de la cultura de masas, "El espectáculo no es un conjunto de imágenes sino una relación social entre las personas mediatizada por las imágenes" (Debord 1967: 16; 2009: 38). Para Debord, el siglo XX históricamente dio vida a dos formas de espectáculo: una "forma concentrada", típica de las sociedades totalitario-burocráticas (aquello que Benjamin había definido "estetización de la política") y una "forma difusa", específica de las sociedades liberales (lo que Theodor Adorno había señalado con la fórmula "industria cultural"). La naturaleza consumista de las imágenes contemporáneas conduce a una tercera etapa, la "forma integrada" –elaborada significativamente casi veinte años después, en los *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo* [*Commentaires sur la société du spectacle*] de 1988– en la que el proceso de espectacularización se identifica sustancialmente con las nociones de estetización y globalización y cuyas morfologías se evidencian en la incesante innovación de las tecnologías y en la absolutización de lo falso (el simulacro posmoderno) como paradigmas de los contenidos comunicativos. Una reflexión que resurge, actualizada, pero a ratos paradójicamente ya obsoleta, en el ensayo de 2013 de Gilles Lipovetsky, escrito en colaboración con Jean Serroy, *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico* [*L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste*]. Aquí, la estetización se considera como un proceso penetrante e invasivo de estilización de lo cotidiano en el que lo estético está sistemáticamente subsumido en el universo del consumo dando vida a un capitalismo transestético que se ramifica –y aquí emerge su carácter "difuso"– en cuatro áreas de influencia (la industria de la cultura, la estética de lo cotidiano, el mundo del arte y las industrias manufactureras que producen todo aquello que sirve a las tres primeras áreas). A esto se añade una revisión más ortodoxa del fetichismo de la mercancía de Marx, aunque situado en el escenario contemporáneo, como lo han hecho con propósitos aparentemente alejados, pero de hecho convergentes, Wolfgang Fritz Haug y Gernot Böhme. El primero, ya en 1971 con *Crítica de la estética de mercancías* [*Kritik der*

*Warenästhetik*], texto luego actualizado en 2009 con una parte dedicada al "capitalismo *high-tech*", ilustraba un primer análisis de la mercantilización de masas en la que lo estético, en términos marxianos, se revelaba como factor de consolidación ideológica. El segundo de estos autores, en *Capitalismo estético* [*Ästhetischer Kapitalismus*], de 2016, con una fórmula cercana a la de Lipovetsky, evoca la evolución de una estética que se ha transformado en escenografía económica. En el cuadro cada vez más globalizado de una verdadera y propia "economía de la estética", sugiere Böhme, el valor de uso y el valor de cambio, las estructuras socioeconómicas del capitalismo clásico, están integrados con el valor de "puesta en escena" del objeto-mercancía contemporáneo.[2]

Para concluir este recorrido resta un último punto a tener en cuenta. Este proceso penetrante e invasivo y, por ello mismo, difuso, ha hecho que en la contemporaneidad la experiencia estética se torne problemática precisamente en su fetiche privilegiado: la belleza. El tema obviamente se entrelaza con la marginación contemporánea de la obra de arte como centro predilecto de la experiencia de lo bello, aquello que había inaugurado la estética moderna, es decir, la estética del gusto del siglo XVIII. Como ha escrito Remo Bodei, la omnipresencia de lo estético trasciende ahora la obra de arte y se expande en el mundo de la vida: "el fenómeno contemporáneo de la 'estética difusa' se presentaría, así, como el vehículo de la progresiva desensibilización ante una inflación de belleza" (2017: 109; 1998: 96-97; trad. mod.). La experiencia estética, dentro de la estética difusa, asumiría rasgos contradictorios: por un lado, sería actriz activa de una estetización mediática; por otro, recuperando la esfera artística como dimensión de interpretabilidad infinita, se opondría como un verdadero contrapeso a la afirmación de la mediatización generalizada de la comunicación como espectáculo. Es difícil comprender o simplemente individualizar los procesos de esta operación de resistencia de lo artístico en un cuadro de desorientación general de las teorías, cada vez más incapaces de hacer frente a la velocidad de la reconfiguración de la experiencia estética dictada por los desarrollos tecnológicos. La fórmula "estética difusa" respondería a otra fórmula casi especular, la de "arte expandido", como sugiere Mario Perniola (2015), en la que el arte contemporáneo se reconocería en una genérica noción de artistización: ni el reconocimiento de valores precedentes (artisticidad), ni un proceso de absorción incontrolado de las prácticas de lo estético (artificación y, en sentido amplio, este caso también podría llamarse estetización), sino una red de relaciones y producciones de significados. "No hay nada que sea *arte* en sí mismo", pero deviene tal como mediación hermenéutica y productiva de un "conjunto de acciones y reacciones, teorías e iniciativas, objetos y narraciones, documentos y materiales de los más variados" (2015: 45; 2016: 50; énfasis original).

La globalización de lo estético, en la perspectiva trazada, no ha tenido tanto el efecto de eliminar esa brecha entre utopía y realidad que va de Schiller hasta las grandes ideologías del industrialismo estético, la de Bauhaus en particular, es decir, la idea de que la belleza (y el arte como su manifestación tradicional) viene al mundo a mejorarlo, como, en cambio, el de acentuar una concepción de belleza envuelta para regalo. Pareciera que la ubicuidad de lo bello, su inflación, anule sus propias características o las de lo estético en general. No se puede "estandarizar" lo que es excepcional sin cambiar sus cualidades[3]: la

[2] Para una introducción panorámica de esta evolución, me permito hacer referencia a lo sostenido hace ya varios años en Mecacci 2009.

[3] No por casualidad este es un problema advertido en modo significativo por la *everyday aesthetics*. Cfr. Leddy 2012.

estética difusa caería así en su contrario, expandiéndose en todas partes de hecho lo estético se vuelve irreconocible y la estetización se descubriría involucrada en la manifestación de su verdadera ontología, la anestetización.

## REFERENCIAS


BAUDRILLARD, Jean (1990), *La Transparence du Mal. Essai sur les phénomènes extremes* (Paris: Éditions Galilée) [*La transparencia del mal. Ensayo sobre los fenómenos extremos*, trad. de Joaquín Jordá, Barcelona: Anagrama, 1997].

BENJAMIN, Walter (1982), *Gesammelte Schriften*, Band V. Teil 1 [GS V/1], ed. de Rolf Tiedemann (Frankfurt am Main: Suhrkamp) [*Libro de los pasajes*, trad. de Luis Fernández Castañeda, Madrid: Ediciones Akal, 2005].

____ (2022), *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducbilità tecnica. Edizione integrale comprensiva delle cinque stesure*, al cuidado de Fabrizio Desideri y Marina Montanelli (Milano: Feltrinelli).

BODEI, Remo (2017), *Le forme del bello* (Bologna: Il Mulino) [*La forma de lo bello*, trad. de Juan Díaz de Atauri, Madrid: Visor, 1998].

BÖHME, Gernot (2016), *Ästhetischer Kapitalismus* (Frankfurt am Main: Suhrkamp).

BURGESS, Anthony (1962), *A Clockwork Orange* (London: Pan Books) [*La naranja mecánica*, trad. de Ana Quijada y Aníbal Leal Fernández, Barcelona: Booket, 2012].

CODELUPPI, Vanni (2007), *La vetrinizzazione sociale. Il processo di spettacolarizzazione degli individui e della società* (Bollati Boringhieri: Torino).

DAVIES, Stephen *et al.* (eds.) (2009), *A Companion to Aesthetics* (Chichester: Blackwell).

DEBORD, Guy (1967), *La Société du spectacle* (Paris: Buchet–Chastel) [*La sociedad del espectáculo*, prólogo, traducción y notas de José Luis Pardo, Valencia: Pre-Textos, 2009].







DESIDERI, Fabrizio (2022), "I Modern Times di Benjamin". Introducción a Walter Benjamin (2022: VII-XLV).

IRVIN, Sherry (2009), "Aesthetics of Everyday", en Davies *et al.* (2009: 136-139).

LEDDY, Thomas (2012), *The Extraordinary in the Ordinary. The Aesthetics of Everyday Life* (Toronto: Broadview Press).

MATTEUCCI, Giovanni (2015a), "Pratiche estetiche come design del quotidiano", en Matteucci (2015b: 9-24).

____ (ed.) (2015b), *Estetica e pratica del quotidiano. Oggetto, esperienza, design* (Milano: Mimesis).

MECACCI, Andrea (2009), "La morte dell'arte e l'ascesa della merce design. Una narrazione contemporanea", *Aisthesis, Pratiche, linguaggi e saperi dell'estetico*, 2(2), 89-98.

MICHAUD, Yves (2003), *L'art à l'état gazeux. Essai sur le triomphe de l'esthétique* (París: Éditions Stock) [*El arte en estado gaseoso. Ensayo sobre el triunfo de la estética*, trad. de Laurence Le Bouhellec Guyomar, México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 2007].

PERNIOLA, Mario (2015), *L'arte espansa* (Torino: Einaudi) [*El arte expandido*, trad. de Alberto Taberna, Madrid: Casimiro Libros, 2016].

WELSCH, Wolfgang (1987), *Unsere postmoderne Moderne* (Weinheim: VCH Acta Humaniora).