

R

E

S

E

Ñ

A

S

# Reseña de la obra de Gilles Lipovetsky: La consagración de la autenticidad.

Review of Gilles Lipovetsky's book: *The Consecration of Authenticity*.

Felipe Luis Garcia 

Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina

[felipegarcia@mdp.edu.ar](mailto:felipegarcia@mdp.edu.ar)

## Resumen

En *La consagración de la autenticidad*, Gilles Lipovetsky plantea un lúcido diagnóstico sobre la hipermodernidad, donde la autenticidad ha dejado de ser un ideal ético de élites para convertirse en una norma cultural transversal que estructura el consumo, el trabajo y la subjetividad. A través de una genealogía que recorre desde el rigor existencialista hasta las dinámicas actuales, el autor analiza cómo el imperativo de «ser uno mismo» ha mutado en una tecnología social difusa y un régimen de vida que gobierna a los individuos bajo la promesa de la singularidad.

## Abstract

In *The Consecration of Authenticity*, Gilles Lipovetsky provides a profound diagnosis of hypermodernity, arguing that authenticity has evolved into the era's dominant cultural ideal. Once a marginal aspiration reserved for artistic and philosophical elites, authenticity is now a cross-cutting norm that structures consumption, labor, and daily life. By tracing the genealogy of this concept from its ethical-existential roots to its current state, Lipovetsky reveals how the imperative to “be yourself” has shifted from a moral exhortation to a diffuse social technology and a matrix of subjectivation.

La consagración de la autenticidad de Gilles Lipovetsky no sólo es un hito sociológico sino también, un certero diagnóstico de amplio alcance sobre la condición cultural de las sociedades contemporáneas. La autenticidad se habría convertido en el ideal dominante de la hipermodernidad. Vivir de acuerdo a los propios deseos, emociones y singularidad, ya no constituiría una aspiración marginal asociada a élites artísticas o filosóficas, sino una norma cultural transversal que estructura el consumo, los afectos, la educación, el trabajo y la experiencia cotidiana. En un contexto signado por la erosión de los grandes relatos, la fragilidad de las instituciones y la incertidumbre generalizada, la autenticidad se presenta como un principio rector de la orientación subjetiva y como una promesa fundante de sentido que ha fluctuado a lo largo de la historia.

El libro reconstruye con notable claridad una genealogía de este concepto, mostrando su expansión desde un recuadro ético restringido hacia una gramática general de la vida social. Sin embargo, la densidad misma del diagnóstico habilita un desplazamiento analítico que resulta particularmente fértil: lo que se perfila no es sólo la consagración de un valor cultural, sino la consolidación de un régimen social de autenticación. Más que el triunfo de la autenticidad como ideal, asistimos a la generalización de dispositivos, prácticas y lógicas que producen sujetos, espacios y experiencias como ‘auténticos’. Dado que, mientras se privilegia una lectura de la autenticidad en tanto imaginario social, en forma simultánea se propone abordarla como una tecnología social difusa en la que intervienen formas de regulación blanda que organizan las prácticas de los individuos y su relación con el entorno. El imperativo ‘sé tú mismo’ deja de ser una exhortación moral a la interioridad para convertirse en una matriz de subjetivación: una norma que gobierna a través de la promesa de singularidad.

Por tanto, para Lipovetsky lejos de ser una invariante, la autenticidad se transforma de acuerdo con las mutaciones culturales de la modernidad. La primera fase, que se extiende desde el siglo XVIII hasta mediados del siglo XX, corresponde al momento ético-existencial. El 'sé tú mismo' implica distanciarse de las convenciones sociales, interrogar las normas heredadas y asumir la contingencia de la propia existencia. La autenticidad se vincula a una exigencia moral elevada, a una forma de rigor hacia sí mismo que se opone heroicamente al conformismo. Figuras como el artista bohemio o el pensador existencialista encarnan esta actitud, donde la autenticidad supone ruptura, riesgo y, con frecuencia, marginalidad. El segundo período, concentrado en las décadas de 1960 y 1970, desplaza este ideal hacia el terreno político. La autenticidad deja de ser únicamente una exigencia ética individual para convertirse en principio de transformación social. La consigna 'lo personal es político' sintetiza esta mutación: la liberación de la subjetividad aparece intrínsecamente ligada a la crítica de instituciones, jerarquías y estructuras de poder. Si bien esta frase no se puede catalogar del mismo orden que la anterior, se entiende que vertebró un salto cualitativo en el devenir común. Bajo esta segunda versión, el enfoque revolucionario, contracultural y colectivo se vuelve troncal al habilitar una inscripción utópica de reinención de los modos de vida. Por último, la tercera fase, que define el presente, constituye el núcleo de análisis del libro. Desde finales de 1970, la autenticidad se tamiza psicológicamente y se integra al universo del consumo. 'Ser uno mismo' implica: escucharse, sentirse bien, realizar los propios deseos. La autenticidad deja de orientarse prioritariamente a la ruptura con el orden social para convertirse en un principio hedonista de optimización de la vida. La autorrealización sustituye

a la emancipación colectiva; por tanto, la expresión de la singularidad se consolida como un derecho subjetivo. De esta manera, capta con agudeza este desplazamiento: la autenticidad deja de ser gesto heroico o proyecto utópico para transformarse en la internalización de una expectativa generalizada. Ya no distingue a minorías, sino que se convierte en un marco normativo introyectado en el individuo. Si tuviéramos que ilustrar esta oscilación histórica, podríamos proponer un vínculo estrecho entre la autenticidad con la esfera económica del consumo. En la primera fase, la autenticidad se encuentra por fuera de dicha atmósfera semiótica y material; en una segunda instancia se concibe en contra de esta; y por último, en la tercera instancia se constituye hacia los objetos de consumo, los productos, las modas y las marcas.

Es precisamente esta generalización la que permite interpretar la autenticidad contemporánea como forma de gobierno de las subjetividades. La autenticidad opera como mandato paradójico: se nos exige ser nosotros mismos, pero ese 'sí mismo' no preexiste a la exigencia, sino que se configura en y a través de ella. Es decir, al igual que el 'doble vínculo' funciona en la psicología como una paradoja comunicativa donde una persona recibe mensajes incompatibles con la figura de autoridad: 'sé más espontáneo'; en el caso de la autenticidad, la coerción no desaparece, se reconfigura. El individuo ya no está principalmente obligado a obedecer reglas tradicionales o jerarquías rígidas; sino que, está obligado a realizarse, a encontrar su camino, a no traicionarse. El fracaso deja de medirse en términos de desobediencia para evaluarse como incapacidad de ser auténtico. La norma se interioriza bajo la forma de responsabilidad individual frente a la propia singularidad. Ergo, la libertad se transforma así en una tarea per-

manente. La vida debe ser trabajada, narrada, optimizada. Las decisiones afectivas, profesionales o estéticas se justifican en nombre de la coherencia con el ‘verdadero yo’. La autenticidad se vuelve principio de autoevaluación constante, gramática de la introspección obligatoria y fuente inagotable de los enfoques narrativos que privilegia la vivencia en primera persona. El sujeto se convierte en gestor de sí mismo, responsable de la congruencia entre interioridad y elección. Pero lejos de volverse liberador o emancipatorio, este proceso genera una forma particular de vulnerabilidad. En un mundo caracterizado por la fluidez de vínculos, identidades y trayectorias, la autenticidad aparece como único punto de anclaje. Sin embargo, ese compromiso es inestable: el yo es móvil y fragmentado. La autenticidad se transforma así en un escurridizo horizonte individual que se impone inexorablemente como mecanismo normativo de inclusión a la sociedad de consumo.

Pero esta expansión histórica que detecta el autor no es la única, sino que se extiende a múltiples ámbitos de la vida social. En el terreno afectivo, la autenticidad legitima la flexibilización de normas tradicionales y la búsqueda de vínculos que respondan a los deseos individuales. En la educación, se privilegia la expresión emocional del alumno/a y el respeto a su singularidad, desplazando modelos más tradicionales. En la cultura, la autenticidad se vincula al paso de una lógica centrada en el estatus a otra orientada a la construcción de la identidad. Los consumos sirven como canales para expresar y moldear el ‘sí mismo’. Las marcas y sus influencers ofrecen relatos, valores y experiencias espectacularizadas que prometen configurar nuevos modos de subjetivación.

Por tanto, esta transversalidad indica que la autenticidad funciona como lógica organizadora de la vida social contemporánea. No obstante, esta expansión plantea una cuestión decisiva: ¿qué hace que algo sea reconocido como auténtico? La respuesta conduce a un aspecto central del libro: la autenticidad se convierte en criterio privilegiado de legitimación de la experiencia. Las experiencias se jerarquizan según su grado de autenticidad: unas serían superficiales, otras verdaderas; unas vacías, otras significativas. Este esquema atraviesa el turismo, la cultura, el ocio, la alimentación, el bienestar. Se buscan alimentos bio y locales; experiencias auténticas, entendidas como contacto con algo percibido como real, no artificial, no estandarizado. La autenticidad funciona como garantía de intensidad y sentido. No obstante, esta autenticidad no es inmediata. Intervienen mercados, instituciones culturales, políticas públicas y plataformas digitales que producen y difunden criterios de verificación. Lo auténtico no se descubre simplemente: se configura socialmente. La autenticidad funciona como un operador simbólico que organiza la economía de la experiencia contemporánea.

Dicho proceso se torna prístino en el análisis del turismo y el patrimonio. La autenticidad aparece allí como efecto espacialmente producido. Centros históricos restaurados, barrios típicos, reservas naturales, ruinas industriales reconvertidas o museos inmersivos funcionan como dispositivos de autenticación. Estos espacios no sólo conservan o exhiben; organizan experiencias donde el visitante se percibe en contacto con un pasado, una cultura o una naturaleza ‘verdadera’. Esta autenticidad es resultado de procesos de selección, restauración y comunicación. La puesta en valor patrimonial implica decisiones sobre qué conservar, cómo presentarlo y qué

relato construir. Se configura así una paradoja característica de la hipermodernidad: lo auténtico se vuelve inseparable de la escenificación. Puesta en valor y puesta en escena parecen ser dos sintagmas que trabajan en consonancia. En el turismo, el deseo de escapar de la artificialidad conduce a entornos cuidadosamente producidos para ‘parecer no-artificiales’. Así, la experiencia auténtica se torna un antídoto ligero para la vida moderna al ser intensamente mediada y artificialmente constituida bajo una ética del confort. En el plano patrimonial, la autenticidad rompe con el valor de cambio ya que un bien patrimonial no es fungible, aunque su carácter preservacionista instala inmediatamente una lógica exhibitiva que impide la refuncionalización del inmueble y lo museifica.

En el plano político, Lipovetsky subraya el papel de la autenticidad en la atracción de liderazgos populistas. La franqueza, la espontaneidad y el rechazo de la corrección política se interpretan como signos de verdad. Por el contrario, este fenómeno se inscribe en un proceso más amplio: la erosión de la confianza en las mediaciones institucionales. Partidos políticos, parlamentos y expertos son percibidos como instancias que distorsionan la voz ‘real’ de la sociedad. La autenticidad se opone a la representación, privilegia la experiencia inmediata y la emoción. La legitimidad política se ancla en la ‘sensación de verdad’ más que en la consistencia programática.

En definitiva, el problema no consiste en desacreditar la cultura de la autenticidad, sino en dejar de reconocer en ella la panacea para los males engendrados por la tecnociencia, el hiperindividualismo y la economía de mercado. Asimismo, la tarea crítica consiste en desnaturalizar el régimen de autenticación, dado que cuando la autenticidad se convierte en norma general, invisibiliza los dispositivos que la pro-

ducen. Reconocer que identidades, experiencias, espacios y memorias están mediadas no implica negarlas, sino comprender sus condiciones sociales de producción. Frente al mandato de singularidad permanente, se trata de restituir valor a las mediaciones, instituciones, lazos sociales y proyectos compartidos. Desde esta perspectiva, la propuesta de investigación ofrece un diagnóstico penetrante de la interfaz cultural contemporánea. Efectivamente, esto abre un campo de interrogación fecundo mediante la construcción de un prisma analítico sin parangón. Es decir, la potencia teórica de este ejemplar radica en detectar en la *consagración de la autenticidad* una germinal instancia de sensibilidad frugal como clave práctica para afrontar los desafíos sociales venideros

## BIBLIOGRAFÍA

- AGAMBEN, Giorgio (2013) *Profanaciones*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- LIPOVETSKY, Gilles (2024) *La consagración de la autenticidad*. Madrid: Anagrama.
- RECKWITZ, Andreas (2024) *La invención de la creatividad. Sobre el proceso de estetización social*. Madrid: Catarata.

Imagonautas



N. 23