

O UNIVERSO DO LUXO POR RENATO ORTIZ¹

LUXURY UNIVERSE BY RENATO ORTIZ

L'UNIVERS DU LUXE DE RENATO ORTIZ

EL UNIVERSO DEL LUJO POR RENATO ORTIZ

Maria Lucia Bueno

Universidade Federal de Juiz de Fora, Programas de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens e Ciências Sociais, Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil

A lei do luxo não é agregar, mas separar.
Giorgio Armani



Figura 1.1. Capa do livro “O universo do luxo”, de Renato Ortiz.

Fonte: Imagem cedida por Renato Ortiz.

1. Introdução

Em seu novo livro o *Universo do Luxo*, (São Paulo: Editora Alameda, 2019), o sociólogo Renato Ortiz analisa a dinâmica desse espaço singular no contexto mundial, a partir de recortes metodológicos, transformados em capítulos, como o mercado de bens de luxo, a distinção e sobreposição das fronteiras entre arte e

¹ Resenha do livro *O universo do luxo* de Renato Ortiz, obra inédita que será lançada em março de 2019 pela editora Alameda, em São Paulo. As editoras agradecem ao autor e a Maria Lucia Bueno a oportunidade de publicá-la neste número de Todas as Artes.

luxo, o mundo dos ricos, além de questões à autenticidade e ao gosto na esfera do consumo.

Em boa parte das interpretações e publicações recentes sobre a evolução da sociedade de consumo no contexto global, o luxo aparece associado à moda, aos estilos de vida e à democratização do consumo. Palavras e expressões como volatilidade, efemeridade, luxo emocional são recorrentes em muitas das definições, algumas delas bastante imprecisas, nas quais o luxo desponta habitualmente sob o signo do líquido, do passageiro, do imaterial e também do indefinível. A concepção de luxo trabalhada por Renato Ortiz se desenvolve na contramão dessas tendências. Em sua argumentação, o luxo, que tem um peso econômico respeitável no contexto global, não pode ser reduzido a uma prática, nem a adjetivos ou objetos. Ele se efetiva, solidamente, a partir de um território globalizado e hiper-restrito, o universo do luxo, que se materializa no mundo dos ricos. De acordo com o autor:

(...) no caso do luxo, temos uma peculiaridade, ele é simultaneamente global e hiper-restrito. Dois movimentos o constituem, expansão e exiguidade. Seus objetos são globais, encontram-se em "todo" o planeta, mas seletivos, são inacessíveis à maioria das pessoas. O universo do luxo realiza-se em um lugar à parte, o que denominei de "o mundo dos ricos". Sem esta dimensão material ele não existiria. A tensão entre expansão e restrição é o ponto de partida deste livro, o fio condutor dos argumentos (Ortiz, 2019: no prelo).

2. Um universo singular

Os bens de luxo e suas marcas são globais porque se configuram enquanto instâncias desterritorializadas, que circulam em todas as partes do mundo, embora o seu acesso seja extremamente controlado. Esses objetos e agentes se viabilizam no interior das fronteiras de um universo singular, que confere a esse espaço uma dimensão de raridade e atemporalidade, que o distingue e separa da vulgaridade da vida cotidiana da maior parte dos mortais, povoada de objetos úteis e banais. A esfera do luxo é um espaço socialmente construído e a sua singularidade é resultado de um trabalho simbólico que a qualifica como tal. Ortiz define um universo como "um território no interior do qual habita um modo de ser e de estar no mundo; ele é constituído por indivíduos, práticas e objetos" (Ortiz, 2019), mas também por ideologias e instituições. Trata-se de uma totalidade, na qual as partes encontram-se interligadas. É no interior dessa totalidade que os objetos e as práticas de luxo se realizam, se relacionam e adquirem significado. "É preciso situar Prada, Vuitton, Hermés, Rolls-Royce, Lamborghini, aviões particulares, viagens, no solo comum que partilham. É isso que lhes dá sustentação e coerência" (Ortiz, 2019).

3. Distribuição dos bens de luxo e mundo dos ricos

A categoria de luxo, apresentada no livro é um fenômeno novo, ligado às características do desenvolvimento do capitalismo nas últimas décadas do século XX, marcadas pelo crescimento da riqueza e pela concentração da renda, que trouxeram uma outra conformação ao mundo dos ricos. De acordo com cifras arroladas pelo autor em diversas fontes, o patrimônio líquido das riquezas individuais no mundo evoluiu de 27.7 trilhões de dólares em 2001 para 58,7 trilhões de dólares em 2015. Com relação à população de milionários ela praticamente dobra entre 2001 e 2015 com o crescimento do número de indivíduos ricos se elevando de 7.1 a 15.4 milhões pessoas. Fundamentado em pesquisas extensas, reunindo vários conjuntos de dados, Ortiz aponta e analisa o impacto desse crescimento da riqueza individual sobre a expansão do mercado de bens de luxo nos últimos anos, indicando uma correlação entre concentração de renda e concentração do consumo. Ou seja, a ampliação da economia do luxo evolui em relação direta com o aumento da desigualdade. A desigualdade é também um dos atributos que colaboram para distinguir o universo do luxo em relação ao resto da sociedade, contribuindo para transforma-lo numa esfera à parte, separada do restante por fronteiras invisíveis.

Trata-se de um mundo extraordinário que realiza-se enquanto ordinário, os objetos não devem ser removidos de seu uso, importa estarem envoltos pela aura de excepcionalidade. Neste sentido, extraordinário não significa "fora da realidade", a expressão nomeia o inacessível. Para os habitantes das classes superiores a exceção é a regra, dia a dia dos que desfrutam sua intimidade, sua verdade é surpreendente para os que vivem à distância (Ortiz, 2019: no prelo).

Uma estratégia de atuação simbólica da esfera do luxo destacada pela reflexão, diretamente relacionada com a concentração de renda e do consumo, vem a ser a política de exclusão, e de exclusividade, que controla as rotas de ingresso a esse universo, que tem na inacessibilidade uma das fontes de legitimidade. As restrições, parte do processo de delimitação de fronteiras, não são dadas apenas pelo preço, mas também pelo bloqueio a diferentes vias de acesso aos bens, muitas delas liberadas apenas aos membros seletos da tribo que integra o mundo dos ricos.

A esfera do luxo e o mundo dos ricos partilham um terreno comum, seus membros pertencem a uma camada social privilegiada, a elas pode ser aplicada a máxima: "o luxo não se democratiza, globaliza-se" (François Pinault). A expansão realiza-se através da restrição, não da generalização do acesso. (Ortiz, 2019: no prelo).

O preço é o efeito visível do universo do luxo, que é determinado pela oferta, uma vez que quem define o que é luxo são as empresas. A imagem das marcas adiciona um valor simbólico ao bem de consumo de luxo, que foge da racionalidade da relação entre oferta e procura. Essa operação de construção do preço e do valor é pontuada pela instabilidade, pela imprevisibilidade e pelo poder simbólico dos

agentes envolvidos, geralmente as grandes corporações transnacionais responsáveis pela orquestração desse cenário, como a LVMH, Swatch ou Shiseido.

4. O padrão de legitimidade

Por fim, o processo de globalização pressupõe a existência de "instâncias mundiais de legitimidade distintas das instituições locais ou nacionais", capazes de produzir um conjunto de normas convertidas em padrões que se efetivam em escala planetária. Esse é um dos principais fundamentos do poder simbólico do universo do luxo, que o constituem como espaço legítimo de alcance global, conferindo uma modalidade de autoridade que serve de referência para os que dele se apropriam.

Autor de diversos livros sobre a indústria cultural, modernidade e mundialização, esta obra de Renato Ortiz, que ora se apresenta ao público, oferece uma oportunidade para descobrirmos aspectos de uma dimensão bastante difundida da sociedade de consumo, embora pouco conhecida, que é o universo do luxo. Uma reflexão muito bem elaborada, pontuada por inúmeros exemplos e valorizada por um texto fluente e agradável, é recomendada não apenas aos sociólogos, mas a todos que se interessam pela questão do luxo, sejam eles acadêmicos ou não.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ortiz, Renato (2019). *O universo do luxo*. São Paulo: Editora Alameda.

Maria Lucia Bueno. Maria Lucia Bueno Ramos é doutora em ciências sociais pela UNICAMP e professora dos Programas de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens (PPG-ACL) e Ciências Sociais (PPG-CSO) da Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF, Minas Gerais, Brasil. E-mail: marialucia.bueno@gmail.com

Receção: 21-12-2018

Aprovação: 09-01-2019

Citação:

Bueno, Maria Lucia (2018). O universo do luxo por Renato Ortiz. *Todas as Artes. Revista Lusobrasileira de Artes e Cultura*, 1(2), pp. 171-174. ISSN 2184-3805. DOI: 10.21747/21843805/tav1n2rec1