

[JOÃO BRAGA]

Professor e estilista. Leciona nos cursos de graduação e pós-graduação de diversas escolas de moda, em São Paulo, as disciplinas História da Arte, História da Moda, Cultura de Moda e Estética. É autor dos livros *História da moda: uma narrativa e Reflexões sobre moda*, volumes I, II, III e IV, e coautor de *História da moda no Brasil: das influências às autorreferências*.

O luxo em treze palavras: possíveis entendimentos e conceituações



Foto: Nicolas F. Cintra

Nesta primeira edição de 2013 da revista *dObras*, apresento treze breves reflexões que podem ajudar no entendimento do conceito do luxo. Essa palavra provém do latim *luxus* e quer dizer fausto, opulência, magnificência. Todavia, ao longo dos tempos, o luxo ganhou outras características que nos levam a entendimentos específicos. Sem me aprofundar e esgotar o assunto, estes treze aspectos por mim escolhidos e aqui interpretados podem contribuir para o esclarecimento e/ou compreensão dessa prática tão antiga quanto atual.

1. Artesanato

É o trabalho feito à mão. O artesanato do luxo é, obviamente, um artesanato com alto valor cultural agregado. É a valorização de algo manufaturado que se perdeu no processo de mecanização e industrialização e que passou a ser atributo de valor agregado e conseqüente valor reconhecido. É o trabalho que traz um diferencial, uma espécie de aura para aquele objeto produzido manualmente e com exclusividade, uma valia especial adquirida pelo domínio técnico e pelo entusiasmo de quem o executa.

2. Beleza

A origem etimológica desta palavra é do sânscrito *bet el za* e quer dizer "a casa onde Deus brilha", ou seja, a beleza está associada ao divino. Trata-se de um valor imaterial impregnado no objeto material que tem a capacidade de sensibilizar o olhar de quem observa, proporcionando-lhe a experiência estética. É algo que mexe conosco e até mesmo chega a nos perturbar, no sentido positivo de nos proporcionar uma sensação de encantamento e agradabilidade. É a presença do invisível que se faz visível e nos toca; é mistério e simplicidade ao mesmo tempo. É harmonia, é transcendência.

3. Desejo

As práticas do luxo estão muito mais associadas ao desejo do que à necessidade. É a vontade de uma experiência que possa nos sensibilizar, trazer um diferencial, uma emoção capaz de alterar os nossos ânimos. É algo que nos excita, é algo aspiracional e, na maioria das vezes, não é necessário e, portanto, terá maior valor no processo de aquisição ou experimentação.

4. Elegância

O "el" de elegância é o mesmo da palavra beleza. Palavras que dialogam em suas origens etimológicas. *El gan cia* é "caminhar com a veste de Deus", é "revestir-se da aura divina". Assim, elegância não é só uma aparência. É, em especial, uma postura, um comportamento adequado, uma espécie de aprofundamento do entendimento do luxo. É na simplicidade que se encontra a verdadeira elegância; é uma distinção e um refinamento. Como disse Paul Valery: "Elegância é a arte de não se fazer notar, aliada ao cuidado sutil de se deixar distinguir".

[15]

5. Marca

É a assinatura de um objeto. Este conceito vem da palavra francesa *griffe*, que significa "garra" e que vai gerar a ideia de marca. É a marca que o animal deixa visível sobre nossas peles; dessa forma, marca é a etiqueta de um produto que se faz visível para ser observado e admirado. Esse sinal é sinônimo de prestígio social, uma vez que no processo de formatação de uma tal marca cria-se uma aura de diferencial.

6. Moda

O luxo deveria estar mais associado ao estilo do que à moda. Estilo sugere subjetividade, ao passo que a moda está mais ligada aos aspectos de coletividade. Contudo, a palavra moda é mais bem compreendida e acaba por significar um gosto, um padrão ou algo que esteja em vigência como referencial de uma cultura, de um grupo e que é capaz de datar o tempo. Dentro do processo de criação de moda/roupa, o verdadeiro luxo está ligado às premissas de qualidade, exclusividade e elaboração artesanal da alta-costura. Essas casas (*maisons*) são especializadas não só em criar um conceito para uma coleção, como também são exímias em criatividade, domínio técnico, requinte e sofisticação.

7. Negócio

O universo do luxo também está ligado aos negócios, lidando, na maioria das vezes, com cifras altíssimas que resultam em verdadeiras fortunas. Trata-se de um tipo de comércio amplamente refinado cuja exigência dos clientes não se faz tímida, e, para tal, gastos na elaboração e o conseqüente gasto da aquisição fazem girar imensos volumes de numerários. É um mercado exigente, mas que também não poupa cifrões. O luxo também gera divisas.



8. Qualidade

Pela realidade do luxo, o aspecto de qualidade torna-se indispensável ao resultado final de um produto e/ou serviço. É o exímio cumprimento de normas de execução que também justifica os preços e satisfaz as exigências dos usuários. Os aspectos visíveis de qualidade num produto servem como uma espécie de mensagem de excelência e também de identidade. Qualidade é uma espécie de prerrogativa geral e indispensável ao luxo.

9. Raridade

Raro é o inacessível. É algo que, pela natureza da escassez, pelos aspectos da inatingibilidade ou pelo valor elevado, torna-se de difícil acesso ou aquisição. O caro está intimamente ligado a esse universo pelo fato de não haver democratização do luxo. Se assim o for, ele deixa de ser luxo. Não quero dizer que seja melhor ou pior, mas, para que algo pertença ao universo do luxo, é característica (ou quase exigência) o aspecto da raridade.

[16]

10. Simbólico

O símbolo carrega consigo uma espécie de chamamento visual que transmite profunda identidade e a consequente identificação a algo. O símbolo como código externo tem a capacidade de evocar uma determinada marca, cultura ou gosto que pode vislumbrar a satisfação do desejo, da experiência ou de pertencimento social.

Outra maneira de entender este código é pensar no valor simbólico de um produto que é capaz de criar um contentamento ou um diferencial ao seu portador e, por extensão, subjetivamente passa a ter um valor material para o próprio usuário.

11. Sonho

Sonhar é uma espécie de experimentação antecipada e desejosa de algo. Sonhar acordado é deixar que a imaginação trabalhe para a possível realização. É pelo sonho que muitas vezes dá-se o início à concretização de uma vontade, a um desejo ligado à passionalidade e emoção, e não ao racional. E o luxo está intimamente ligado às vontades que podem se tornar determinações e futuras conquistas.

12. Tempo

Uma das características do luxo contemporâneo é o luxo imaterial. É algo intangível, mas que pode ser vivenciado. Uma das categorias da imaterialidade associada ao luxo é o domínio do tempo. Incapturável e, conseqüentemente, impossível de ser aprisionado, o tempo se esvai muito rapidamente. Saber aproveitá-lo de maneira proveitosa, consciente de sua imaterialidade e efemeridade, é forma de associar-se ao luxo. "Perder tempo" com algo que lhe satisfaça e engrandeça como pessoa, na realidade, é um ganho.

13. Tradição

Palavra fundamental ligada ao conceito do luxo. Tradição associa-se ao tempo pretérito no sentido da memória, história, preservação, manutenção de algo criado por gerações anteriores e que temos o compromisso de manter na nossa geração e transmitir às gerações futuras. Este é o significado do conceito de cultura. Cultura é tradição, tradição é luxo, e, nesse sentido, aspectos culturais são verdadeiros e genuínos luxos.