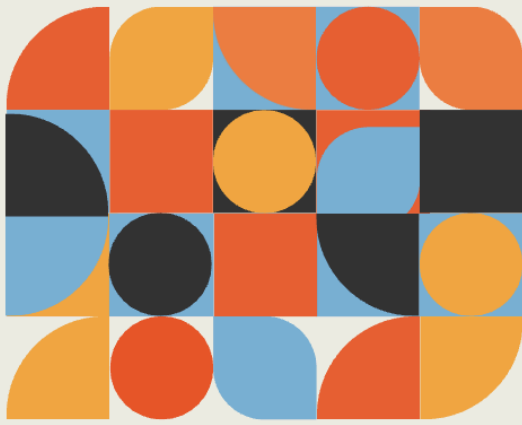




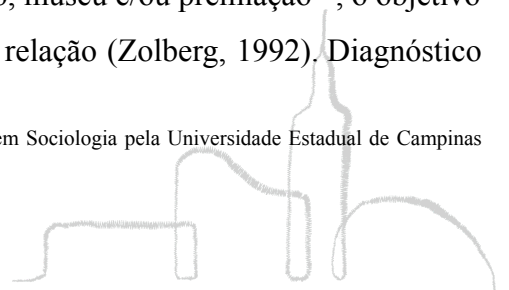
COLEÇÕES DE ARTE NA INDÚSTRIA DO LUXO: UM ESTUDO MORFOLÓGICO

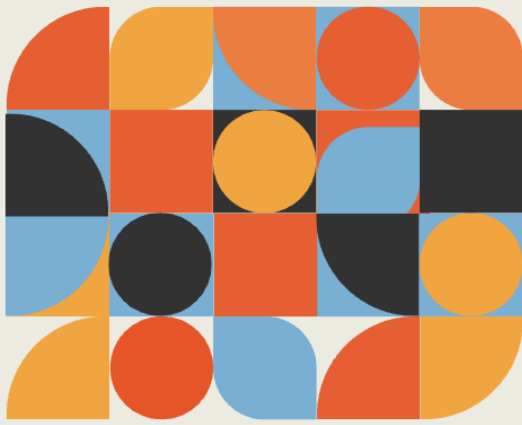
Figueredo, Henrique Grimaldi; PhD; Universidade Federal de Juiz de Fora,
henriquegrimaldi.figueredo@ufjf.br¹

RESUMO

A estabilidade de qualquer jogo social está subordinada a manutenção de suas regras; o jogo, sabemos, cria a *illusio*. A um só tempo causa e consequência do jogo, as leis que normatizam sua experiência e as disposições do jogador (*habitus*) constituem os territórios de possibilidade do jogo – suas peças, *players*, e movimentos – sendo por isso sua instância mais intrínseca e resguardada (Bourdieu, 1996). Desde meados dos anos 1980, uma nova ordem econômica mundial emergiu trazendo profundas mudanças com reflexos sensíveis para o “jogo da arte”: nas palavras de Chin Tao-Wu (2006), nunca antes o mundo corporativo havia imposto com tanta ferocidade seu poder sobre a alta cultura. O fenômeno de “privatização cultural”, cuja raiz encontra-se na retração dos investimentos públicos para o setor desde Ronald Reagan e Margareth Thatcher (que possibilitou o avanço do campo empresarial sobre as artes), quando transposto ao mundo da moda e do luxo, enquadram também – em maior ou menor proporção, a depender da instituição – alguns dos processos de formação e/ou consolidação de grandes coleções e museus de arte contemporânea cujo financiamento é oriundo dessa indústria. Emulando as regras do jogo, tais estruturas vão paulatinamente infiltrando e disputando alguma autoridade narrativa num campo – o da arte – que antes lhe era estrangeiro e até mesmo interdito. Ocorrência um tanto paradigmática – grosso modo pode-se dizer que desde os anos 1990/2000 toda grande grife de luxo passou a direcionar massivos investimentos materiais e simbólicos para o setor artístico, seja na forma de mecenato esporádico, seja através da constituição deliberada de um acervo, museu e/ou premiação –, o objetivo deste trabalho é realizar um estudo morfológico acerca da natureza dessa relação (Zolberg, 1992). Diagnóstico

¹ Professor do Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora (IAD/UFJF). Doutor em Sociologia pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) com estágio doutoral pela École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS).





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

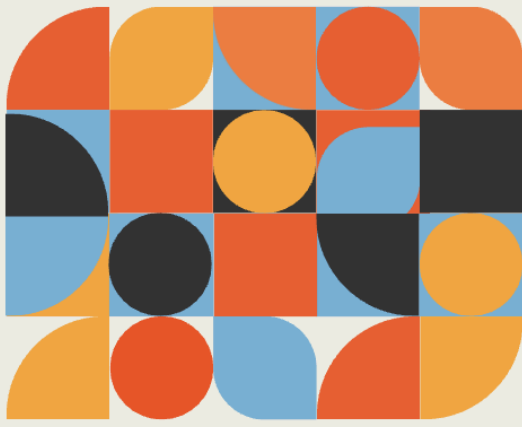
de ordem sociológica, esse empreendimento desdobra-se em ao menos duas escalas: (a) primeiro, na cartografia, sistematização e classificação de algumas de suas principais ocorrências; o que nos permite depois, (b) entender e elencar as aplicações mais recorrentes dessas iniciativas para a negociação de capitais econômicos, sociais e culturais na contemporaneidade. Metodologicamente combinamos trabalho de campo realizado entre 2021 e 2023 (sobretudo em cidades como Paris, Milão e Veneza), com uma extensa netnografia (2020-2025) e revisão bibliográfica de maneira a construir com rigor científico uma amostragem que possa servir de base para tais aferições (Figueredo, 2024, 2025). Um tipo de estratégia intrincada que traduz a adaptabilidade do campo da moda e do luxo a era do capitalismo de experiência (Pine & Gilmore, 1999), a questão das coleções, como apontaremos, representa apenas uma das facetas de um complexo jogo de aproximação com a arte (Kapferer & Bastien, 2012), e que está no cerne das novas formas e significados sociais para o consumo na contemporaneidade.

Palavras-chave: indústria do luxo; coleções de arte contemporânea; campo da moda.

Referências bibliográficas

- Bourdieu, P. (1996). **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Cia das Letras.
- Figueredo, H.G. (2024). **As outras regras do jogo: uma análise sobre a relação entre a indústria da moda com o mercado de arte contemporânea. Fondation Louis Vuitton e Collection Pinault como estudos de caso**. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Universidade Estadual de Campinas.
- Figueredo, H.G. (2025). What is artwashing? An essay on art, luxury and merchandise in the twenty-first century. **International Journal of Fashion Studies**, 12(1), p. 63-82.
- Kapferer, J-N & Bastien, V. (2012). **The Luxury Strategy: Break the Rules of Marketing to Build Luxury Brands**. Londres: Kogan.
- Pine, J. & Gilmore, J. (1999). **The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage**. Boston: Harvard Press.
- Wu, C.T. (2006). **Privatização da cultura: a intervenção corporativa nas artes desde os anos 1980**. São Paulo: Boitempo.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Zolberg, V. (1992). Une marginalité créatrice: les collectionneurs de l'art d'avant-garde. In: Majastre, J.O. & Pessin, A. (Eds.). **Art et contemporanéité**. Bruxelles: La Lettre Volée, p. 185-201.

