RESUMO EXPANDIDO (PARA ASSOCIADOS AKB) / EXTENDED ABSTRACTS (AKB MEMBERS) - ÁREA 9. ECONOMIA INSTITUCIONAL ORIGINAL

"NÃO É UMA BOLSA, É UMA BIRKIN": UM ESTUDO SOBRE CONSUMO DE BOLSAS BIRKIN PELA CLASSE OCIOSA

Bruna Ivna Martins (brunaimartins1998@gmail.com)

Mucio Tosta Gonçalves (mucio@ufsj.edu.br)

Marcelo Soares Bandeira De Mello Filho (marcelosbmf@gmail.com)

INTRODUÇÃO

Com a intensificação da cultura do consumo, que é promovida em larga escala desde a Revolução Industrial até os tempos atuais, diversos itens específicos passaram a influenciar de formas diferentes a sociedade como um todo, sendo estas influências utilizadas como mecanismos de manutenção do sistema capitalista. Um exemplo a ser citado é o caso da lógica de consumo da bolsa Birkin fabricada pela marca Hermès. Segundo o site da marca, a Hermès surgiu em 1837, fundada por Thierry Hermès (1801-1878), sendo inicialmente um ateliê de fabricação de arreios para cavalos.

Em 1930, a bolsa de mão Kelly, predescessora da Birkin, foi desenhada pelo então CEO da empresa, Robert Dumas (1898-1978), se tornando conhecida após uma fotografia de Grace Kelly (1929-1982) usando o acessório, tornando-

o extremamente popular e desejado, e sendo batizado com o nome da princesa em sua homenagem. A bolsa Birkin surgiu em 1984, após uma viagem feita pela atriz Jane Birkin e Jean-Louis Dumas (1938-2010), à época chefe executivo da marca Hermès. Na época do seu lançamento, um exemplar da bolsa poderia ser encontrado por dois mil dólares norte americanos.

O problema de pesquisa que esta investigação procurará responder é: como o conceito de consumo conspícuo, elaborado por Thorstein Veblen e pela economia institucional original , pode ser utilizado para a análise do consumo das bolsas Birkin? Para responder a essa pergunda, o objetivo central desta pesquisa é buscar compreender a lógica por trás do consumo e divulgação da bolsa Birkin da marca Hermès, analisando o padrão de comportamento dos consumidores que buscam adquirir a bolsa, considerando que o item não é adquirido de forma livre como outros itens e sua divulgação é feita de forma quase sigilosa.

Os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa incluem: revisão dibliográfica acerca do conceito de consumo conspícuo na obra de Veblen (1899, 1914, 1923); revisão de outros estudos de caso e pesquisa relacionadas ao consumo conspícuo; análise do consumo das bolsas Birkin tomando como referência o conceito de consumo conspícuo.

PRINCIPAIS RESULTADOS

Veblen (1898, 1899, 1914, 1923) desenvolveu uma teoria evolucionária da sociedade, além de hipóteses importantes acerca de temas como as origens e a evolução das classes ociosas e do consumo nas sociedades capitalistas. O autor criticou as teorias clássica e neoclássica acerca do consumo, que seriam utilitaristas, considerariam o consumo apenas como o meio para a subsistência, para a obtenção de conforto e para a satisfação de necessidades físicas e psicológicas do indivíduo. O consumo voltado para a subsistência explicaria apenas o comportamento das comunidades humanas “primitivas” e das classes mais pobres contemporâneas, não o comportamento das classes ociosas.

"Normalmente se afirma que o objetivo da aquisição e da acumulação de bens é o seu próprio consumo, seja ele consumo direto pelo dono de tais bens, seja consumo pelo seu estabelecimento doméstico, que nesse caso em teoria com ele se identifica.[...] pode-se conceber esse consumo como um atendimento tanto das necessidades físicas do consumidor, isto é, seu conforto material, como de suas necessidades mais elevadas, espirituais, estéticas, intelectuais, ou outras, sejam quais forem" (VEBLEN, 1899, p. 16).

Com a generalização da “propriedade individual” e a formação das classes ociosas, a emulação produtiva que teria predominado em sociedades selvagens é substituída pela competição pela acumulação de recursos, inicialmente obtidos, em grande medida, por conquisa e, nas sociedades modernas, adquiridos via mercado: “Gradualmente, à atividade industrial se sobrepõe a atividade predatória na vida diária da comunidade; à medida que isso acontece, a acumulação de bens toma cada vez mais o lugar dos troféus obtidos em façanhas predatórias” (VEBLEN, 1899, p. 16-17). Os bens materiais são transformados na “base convencional da honorabilidade” e da estima pessoal (VEBLEN, 1899, p. 17-18).

De acordo com Fontenelle (2014), as formas de incentivo ao desejo pelo consumo foram colocadas em prática no ocidente especialmente após a Revolução Industrial. Esse incentivo foi feito por meio de estratégias de mercado que visavam criar um desejo de consumo capaz de absorver os excedentes cada vez maiores que passaram a ser produzidos e tornados disponíveis para todos os tipos de consumidores após a modernização dos meios de produção.

No caso da bolsa Birkin, cada pessoa interessada nesta mercadoria exclusiva, se conseguir, pode comprar até duas por ano . No entanto, esse limite não é cumulativo entre países, sendo possível adquirir duas unidades em vários países diferentes. Em relação aos vendedores de lojas físicas, estes possuem quatro bolsas do modelo para vender ao mês. Porém, o consenso entre os vendedores é nunca revelar detalhes do processo de compra da bolsa e vender sua cota mensal apenas para clientes assíduos da marca ou celebridades. A

justificativa é de que vendendo livremente, muitos compradores não voltariam a comprar outros itens da marca, fugindo do objetivo de valorizar também as outras produções.

Porém, o site da marca se restringe a descrever os fatos citados até o momento, tanto em seu próprio site, quanto em entrevistas. A bolsa Birkin não consta no catálogo para venda como os outros artigos da marca, e também não é possível adquirir a bolsa de forma direta, simplesmente indo pessoalmente a qualquer loja de produtos de luxo.

Tal busca por exclusividade faz com que diversas pessoas viajem o mundo para ir a lojas físicas da Hermès, buscando adquirir a bolsa da forma mais exclusiva possível, para posteriormente relatar em redes sociais como foi a experiência e explicando artifícios que podem ser utilizados para facilitar a compra.

De acordo com o Portal Etiqueta Única, a bolsa Birkin é uma das mais caras do mundo, a depender do modelo e raridade do modelo, Ela só fez sucesso, contudo, após aparecer na série de TV americana Sex and the City, nos anos 1990, em um episódio no qual uma personagem tenta comprar um exemplar da bolsa, e ao se deparar com a fila de espera de cinco anos, decide comprar no nome da atriz Lucy Liu, quem, por ser uma celebridade, tinha preferência na lista. A partir daí, ainda de acordo com o portal, a lista de espera pelo item triplicou, e a mercadoria passou a ser considerada o “Santo Graal” das bolsas.

Na época do seu lançamento, um exemplar da bolsa poderia ser encontrado por dois mil dólares norte americanos. Em 2016, o preço de um modelo básico era, no mínimo, onze mil e novecentos dólares, preço calculado desconsiderando os impostos de cada país com base no tamanho da peça, a matéria prima utilizada e a quantidades de horas necessárias para a fabricação .

NOTAS DE RODAPÉ

1. A escola institucionalista defende que a análise dos fenômenos econômicos deve ser feita como uma totalidade, e direciona criticas ao economistas da corrente neoclássica e sua busca por leis imutáveis do funcionamento da economia. Nesse sentido, rejeita a ideia de equilíbrio dos sistemas econômicos e reconhece a interdependência dos interesses de diferentes grupos sociais na organização das atividades econômicas (HAMILTON, 1919; RUTHERFORD, 2011; SALLES, PESSALI, FERNÁNDEZ, 2017).

2. A empresa fabricante restringe propositalmente a produção da bolsa, gerando excassez, elevação dos preços e do lucro, o que pode ser interpretado como sabotagem, de acordo com Veblen (1921).

3. É possível encontrar diversas referências a preços das bolsas na Internet, indicando valores muito elevados para uma mercadoria, ainda que de luxo, e reafirmando a ideia que a bolsa, mesmo cara, é destinada a um tipo muito particular de consumidor(a). Veja-se, a título de exemplo, o site https://www.maisondeluxeonline.com/collections/birkin que oferece modelos (todos já vendidos) por preços que variam de U$26,500 a U$369,999.

REFERÊNCIAS

CAMIC, C.; HODGSON, G. (Eds.). Essential writings of Thorstein Veblen. London: Routledge, 2011.

FONTENELLE, Isleide Arruda. O estatuto do consumo na compreensão da lógica e das mutações do capitalismo. Lua Nova: Revista de Cultura e Política, São Paulo, n. 92, p. 207-240, mai. 2014.

HAMILTON, W. A abordagem institucional para a teoria econômica. In: SALLES, A; PESSALI, H; FERNÁNDEZ, R (Orgs.). Economia institucional: fundamentos teóricos e históricos. São Paulo: Ed. Unesp, 2017 (1919).

RUTHERFORD, M. The institutionalist movement in American economics, 1918-1947: science and social control. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.

SALLES, A; PESSALI, H; FERNÁNDEZ, R (Orgs.). Economia institucional: fundamentos teóricos e históricos. São Paulo: Ed. Unesp, 2017.

VEBLEN, T. Why is economics not an evolutionary science? In: CAMIC, C.; HODGSON, G. (Eds.). Essential writings of Thorstein Veblen. London: Routledge, 2011. (1898).

VEBLEN, Thorstein Bunde. A Teoria da Classe Ociosa – Um estudo econômico das instituições. São Paulo: Atica, 1974. (Os pensadores) (1899).

VEBLEN, T. The instinct of workmanship and the state of the industrial arts. New York: BW Huebsch, 1914.

VEBLEN, T. The engineers and the price system. Kitchener: Bato che Books, 2001 (1921).

VEBLEN, T. Absentee ownership and business enterprise in recent times: the case of America. New York: BW Huebsch, 1923.

Palavras-chave: veblen; consumo conspícuo; bolsas birkin.