



N° 5, maio 2013

# PONTO DE VISTA

Perspectivas sobre o desenvolvimento

## Daslu: Ascensão e queda de uma empresa do setor de luxo no Brasil

PONTO DE VISTA, N°4, abril 2013  
ISSN 1983-73X.

Cecília E. B. Soares<sup>1</sup>

### **i. Introdução**

Por mais que consistam em disciplinas distintas, economia, sociologia e ciência política compartilham de alguns temas de estudo. Dentre esses – decerto trabalhados de maneira particular por cada uma dessas disciplinas – o papel do Estado na organização (sócio)-econômica nacional, a divisão de nações como “agentes econômicos”, o crescimento e a distribuição de renda locais são alguns dos temas fronteiriços que mobilizam pesquisadores das três áreas. A sociologia, inclusive, apresenta um interesse por fenômenos econômicos enquanto um padrão de organização social – assim como o

---

<sup>1</sup>Doutoranda em Sociologia pelo IESP/UERJ, sob orientação de Frédéric Vandenberghe. Bolsista do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Email para contato: [ceciliaebsoares@gmail.com](mailto:ceciliaebsoares@gmail.com). Endereço para correspondência: rua da Matriz, 82 – Botafogo – Rio de Janeiro – RJ. Telefone: (21) 22 66 83 00.

desenvolvimento do capitalismo – desde sua concepção enquanto disciplina autônoma, na virada do século XIX para o XX, particularmente com os escritos de Max Weber sobre a questão (Weber, 2004). A partir da década de 1980, se multiplicam os trabalhos interessados nos fatores culturais das transações econômicas, se contrapondo ao que é percebido como uma concepção padronizada de *Anthropos* na Economia, embasada nos critérios de racionalidade, cálculo e busca por uma rentabilidade (Douglas & Isherwood, 1979). Desta década até hoje, as diversas crises presenciadas, o desenvolvimento e falha de receitas de gestão pública e privada e a virtualização de transações financeiras apontam que adotar medidas apenas matemáticas, ou de base teórica econômica ortodoxa, não é suficiente para compreender elementos em jogo no crescimento de um país. A proposta das “instituições” enquanto categoria fronteira, envolvendo normas formais e informais, traz à tona a importância do elemento não apenas cultural, mas sociológico embutido nas dinâmicas econômicas. Assim, a gestão de um setor e a decisão de políticas públicas pode se enquadrar de maneira muito menos perfeita num modelo “racional” do que imaginamos.

O presente artigo tem por objetivo apresentar um estudo no qual esses entrelaçamentos entre regime econômico, papel do Estado e instituições são particularmente úteis para compreender o andamento do dito exemplo: o caso da multimarca Daslu. Fundada na década de 1950, a empresa foi, a partir dos anos 90, a principal responsável pela importação de grifes – marcas de luxo internacionais – consumidas sobretudo pelas mulheres da elite brasileira, sobretudo uma elite tradicional e política, herdeira das oligarquias agrárias e dos primeiros empreendimentos comerciais. A Daslu percorreu 60 anos de história nacional, alterou seu público, sua maneira de gerir e seus horizontes a curto e longo prazo. Em 2005, após denúncia, foi severamente autuada pela Receita Federal, que fiscalizou diversas vezes a existência de irregularidades na empresa, desde notas frias até intervenções na alfândega portuária. O desfecho é literalmente trágico, com a prisão de Eliana Tranchesini, presidente da empresa, e subsequente descoberta de um câncer linfático, contra o qual lutou até o seu falecimento em fevereiro de 2012.

A trajetória da Daslu pode ser portanto percebida como de “ascensão e queda”, estando a sua parte final (os últimos 10 anos) intimamente ligada a eventos pessoais de sua presidente. Nossa proposta, aqui, é relacionar o andamento desta empresa em particular com a alteração macroeconômica brasileira – compreendida não num sentido estrito do termo, mas a partir de uma literatura “fronteiriça” entre as três disciplinas acima – e sublinhar a contribuição de uma dinâmica institucional local nesse desfecho. Para isso, primeiro recapitularemos as referências bibliográficas acerca da categoria “instituições”, sublinhando como dinâmicas tradicionalmente consideradas do escopo da Economia também podem ser compreendidas (para usar um termo weberiano clássico) a partir de uma sociologia ou de uma ciência política de alcances macroscópicos. Uma segunda parte tratará de apontar a relevância do setor de luxo como “termômetro” de uma alteração na dinâmica macroeconômica local, dadas as suas propriedades e condições de entrada em um novo país.

Trataremos, por último, do estudo de caso da Daslu de maneira mais detalhada, enfatizando as instituições em jogo neste caso específico e como elas se articulam com o dito panorama macroeconômico da seção anterior. Neste último trecho, a nossa análise se embasará sobretudo num conjunto de artigos publicados na versão online da Folha de São Paulo. A escolha por esse material se dá pelos seguintes motivos: em primeiro lugar, a sua disponibilidade online e o amplo interesse demonstrado pelo jornal quanto à etapa “Villa Daslu” da empresa. Assim, o conjunto de artigos não apenas é vasto, como acompanha o andamento da empresa (e de Eliana Tranchesì) com regularidade. Um contraste com outras fontes decerto seria uma baliza enriquecedora, mas foge ao escopo do presente texto. Visamos, assim, contribuir com uma interpretação transversal, acumulando uma história de vida que se superpõe à trajetória de uma empresa, que, por sua vez, tem seu desempenho acoplado a decisões tomadas num âmbito maior.

## **ii. Instituições: um alicerce entre a economia, a sociologia e a ciência política na construção de um “modelo”**

### Diferenças entre as perspectivas de cada disciplina

A análise de dinâmicas financeiras, desempenho monetário, taxa de câmbio, e o desenvolvimento de “receitas” para manter um crescimento adequado de um país são temas tradicionalmente alocados como de cunho econômico, procedendo, portanto, de uma teoria e ontologia (=percepção de mundo) próprias a essa disciplina. Dada, no entanto, a origem mesclada desses temas, a partir de obras produzidas quando a divisão canônica ainda era menos acirrada<sup>2</sup>, uma verificação breve na Sociologia e na Ciência Política aponta o interesse dessas áreas em temas similares aos considerados “econômicos”, ou que intervêm de maneira direta. Explicaremos aqui de maneira muito sucinta algumas vertentes econômicas e a sua colocação do mercado enquanto esfera social autônoma, regida por normas que, idealmente, desembocam numa auto-regulação desta esfera. Sublinhemos que este trabalho não se coloca como econômico, mas sim como apropriado de uma bibliografia que dialoga com esta disciplina para retrabalhar algumas categorias, de modo a produzir um constructo sociológico acerca de um fenômeno sócio-econômico (o sucesso ou o fracasso de um empreendimento empresarial).

À guisa de retrospectiva teórica, enfatizaremos aqui 3 vertentes de pensamento econômico, sem pretender esgotá-los ou mesmo apresentá-los de maneira aprofundada: o liberalismo, o keynesianismo e o neoliberalismo. Diferentemente da Sociologia e da Ciência Política, a Economia parte de uma noção de “escassez” e da composição de um “agente” cujos principais atributos seriam a detenção de um cálculo racional e a compreensão de uma transação econômica como uma situação criadora de vantagem, lucro ou rentabilidade. São essas, de maneira muito sucinta, as premissas estipuladas para

---

<sup>2</sup> Vide Bourdieu (2003) sobre a noção de “campo” e a divisão de temas em esferas acadêmicas independentes, visando uma hiper-especialização dos profissionais em um recorte do recorte do recorte do tema geral.

que se construa, em seguida, um modelo baseado na “oferta” e na “demanda” de um certo produto, e que, idealmente, garanta a autonomia do mercado (esfera privilegiada dessas transações) em relação a outras esferas sociais, notadamente o Estado:

A primeira pergunta dos autores [Mary Douglas e Baron Isherwood em O Mundo dos Bens] é: “por que as pessoas querem bens?”. A resposta corrente até então, ou seja, até a nova formulação dos citados autores, nasceu no seio da teoria econômica chamada utilitarista e afirmava que queremos bens por duas razões: para atender às necessidades, de um lado, e à inveja, de outro. As necessidades são aquelas mesmas que temos em comum com uma vaca. Isso porque, apesar da suprema dignidade conferida à vida espiritual, num mundo que separou corpo e espírito, tendo o primeiro como o cárcere do segundo, os economistas – ao menos os utilitaristas –, operaram uma curiosa inversão dos termos, tomando como necessários e, portanto, justificáveis apenas os bens que atendem diretamente à sobrevivência física. Tudo o mais é supérfluo. O que moveria o consumo de tudo o que se coloca fora do campo das tais necessidades seria a inveja. Além de condenar-nos a todos como invejosos sistemáticos, a perspectiva utilitarista nos responsabiliza definitivamente pelo consumo dito “insensato”, porque supõe o consumidor individual como alguém que exerce uma escolha soberana. (*Brandão, 2007*)

A principal referência a esse modelo de mercado, oriundo das obras pioneiras de um pensamento econômico, seria assim a “mão invisível” estipulada por Adam Smith em *A Riqueza das Nações* (Smith, 2012), guiando de maneira implícita as relações de mercado para um equilíbrio: uma situação de estabilidade entre oferta e demanda. O advento de crises ao longo do século XX baliza essas colocações, particularmente com o desenvolvimento de uma linha keynesianista (partindo dos textos de John M. Keynes no cenário pós-crash de 1929), e um retorno da “receita” liberal, com novas medidas, com a crise do petróleo da década de 1970, sendo aplicada de maneira literal na América Latina durante os anos 90 (Stiglitz, 2002). A linha neo-regulacionista, ativa hoje em dia, resgata colocações sobre o caráter eminentemente político das decisões de cunho econômico, sublinhando a impossibilidade da autonomia total de um mercado vis à vis de outras esferas, e, sobretudo, a necessidade dessas decisões de serem tomadas por pessoas,

resultando também numa importância das instituições vigentes em cada caso, e sublinhando a impossibilidade da “importação de soluções” como imaginado anteriormente (Marques Pereira & Théret, 1997).

No caso da América Latina e do Brasil em particular, tais colocações são importantes devido a um histórico de ensaios econômicos de diversos tipos para desencadear um “crescimento” nos moldes do Primeiro Mundo, sendo esta uma tarefa considerada mal-sucedida até o início dos anos 2000 (BIZBERG, 2013; BOYER, 2012). Esta frustração era justificada desde a publicação de obras voltadas para a “teoria da dependência”, a partir da década de 60, pelos pesquisadores da Comissão Econômica Para a América Latina e o Caribe (CEPAL) e por intelectuais exilados de suas ditaduras, até a construção de think tanks que funcionam como consultores *ad hoc* de decisões político-econômicas após os anos 70. Com a construção de uma academia local, surge também o intuito de desenvolver políticas econômicas que lidassem diretamente com as questões nacionais. Assim, resgatando uma passagem de Gisela Taschner em *Cultura, Consumo e Cidadania*:

Os anos 1980 ficaram conhecidos no Brasil como a década perdida. Em meio a uma crise econômica prolongada, a uma dívida externa crescente, a uma indústria protegida por barreiras alfandegárias e com vários setores cartelizadas, não pudemos acompanhar a revolução da informática do Primeiro Mundo; nosso parque industrial tornou-se obsoleto, nossos produtos perderam competitividade, passamos a conviver com o espectro da hiperinflação. Na nova ordem internacional que então se esboçou, ficamos sem saber como nos inserir. (Taschner, 2009)

Notemos ainda que a idéia de crescimento vem acoplada, idealmente, para a perspectiva econômica, a uma concepção de “performance econômica”, na qual se somam “um alto PIB e altas taxas de produtividade, baixo desemprego e alta participação [da população] no mercado de trabalho, câmbio e contabilidade externa equilibrados” (Amable & Palombarini, 2008, p. 123). Os diferentes impasses diante deste objetivo ao longo do tempo, com as diversas crises e as dificuldades, em particular, de países

emergentes diante deste panorama remetem a uma discussão acerca das instituições. O reconhecimento de que performance econômica não é apenas uma receita a ser aplicada de maneira taxativa exige, assim, uma compreensão de mecanismos internos que não tinham sido incorporados aos primeiros níveis de teoria econômica.

### Instituições: definição e uso

Mobilizadas por uma gama de pesquisadores diferentes, as instituições podem ser definidas segundo a formulação de Douglass North no seu artigo simplesmente intitulado *Institutions*:

Institutions are the humanly devised constraints that structure political, economic and social interaction. They consist of both informal constraints (sanctions, taboos, costs, traditions, and codes of conduct), and formal rules (constitutions, laws, property rights). Throughout history, institutions have been devised by human beings to create order and reduce uncertainty in exchange. (*North, 1991*)

Outra alternativa semelhante é a disponível no artigo *Economic Sociology*, da International Encyclopedia of Economic Sociology: segundo ele, as instituições consistem nas “normas sociais que orientam e regulam o comportamento e que se baseiam em sanções para prover uma conformidade da parte dos indivíduos<sup>3</sup>” (Trigilia, 2005, p. 192). Podemos assim trabalhar com a colocação das instituições como o dito conjunto de normas, explícitas ou não, que norteiam o comportamento de indivíduos em momentos de interação, servindo também de parâmetro de sanção caso seja apontada uma divergência na postura destes<sup>4</sup>. Isto aponta para dois reconhecimentos importante no quesito de transações econômicas, sejam os “indivíduos” envolvidos de fato pessoas ou

---

<sup>3</sup> Todas as traduções são nossas, a menos que seja mencionada a fonte.

<sup>4</sup> Essas duas definições não esgotam a discussão sobre a composição das instituições, ou seu arcabouço, de maneira alguma. Inclusive, Peter Hall e Rosemary Taylor apontam para uma diversidade de perspectivas sobre essas ditas instituições, sublinhando o pouco diálogo entre as ditas perspectivas (HALL e TAYLOR, 1996).

agentes nesta posição (como, por exemplo, uma firma<sup>5</sup>): o primeiro, de que existem normas e parâmetros a serem seguidos, sendo alguns reconhecidos e apontados (sobretudo por escrito), e outros implícitos. Este fator denota a dimensão introjetada das interações, e considerando os agentes como unicamente mais ou menos previsíveis.

Em outras palavras, a transação econômica (ou monetária) não se dá necessariamente: ela pode não ocorrer, ou resultar em impasses, conflitos, problemas, insucessos. Gostaríamos de sublinhar essa incerteza do sucesso da transação porque, diante de um cenário no qual o modelo de *Anthropos* adotado tem seus objetivos já estipulados (como no caso do utilitarismo), o principal impasse obtido seria o das duas partes desejarem uma vantagem maior do que a do outro. Ao inserirmos dimensões menos “coerentes”, a transação econômica, e a própria maneira de lidar com finanças e dinheiro, se torna muito menos evidente. Por outro lado, o esforço de explicitar as instituições exige uma compreensão sumamente local do que é a gestão empresarial e de como ela lida com um modelo internacional, cujo pilar é, sobretudo, a perspectiva schumpeteriana de gestão. O fato de existirem normas implícitas diz respeito a uma interação política naturalizada e, possivelmente, de difícil extração. Assim, se as decisões econômicas passam por um “jogo”, esse jogo não exige apenas um uso das regras expostas a seu favor, mas também de aprofundar quais outros princípios estão envolvidos nesse tipo de interação.

Retomando as colocações de Amable e Palombarini, a percepção econômica mainstream associa uma “performance econômica” com bons resultados seria possível sobretudo com a adoção de “boas” instituições, ou seja, aquelas propícias para a continuidade desse cenário (Amable & Palombarini, 2008). No caso brasileiro, parece interessante compreender quais as instituições atuantes, sem chegar a uma conclusão de diretamente “boas” ou “ruins” por si só, mas simplesmente em sintonia com o regime econômico vigente, porque, ao fim e ao cabo, é a articulação entre as instituições e as decisões econômicas que parecem propiciar um cenário de acordo com o ideal de

---

<sup>5</sup> Que, não por acaso, ocupa a posição de pessoa jurídica, ou seja, uma versão análoga ao da “pessoa física” com autonomia decisória em relação às intenções e projetos empresariais.

“performance” visado. Via um setor específico da economia: o de luxo, porque ele só pode se instalar num país considerado “emergente” mediante algumas condições. Ele também se relaciona com a proposta de relançar um crescimento econômico via consumo, e não via produção, como anteriormente defendido. A transição do Brasil de um país de terceiro mundo, com bases sobretudo agrárias e grande dificuldade de lançar um plano de crescimento de longo prazo, para um dos componentes dos BRICs torna a chegada do setor internacional de luxo uma área de estudo bastante exemplar desse movimento.

### Um exemplo de organização intermediária entre Estado e mercado no Brasil: a Receita Federal

Uma das colocações neoliberais de praxe é a diminuição do papel do Estado enquanto regulador das dinâmicas de mercado, das quais deveria ser um mediador apenas. Dessa forma, aspectos intimamente ligados ao volume de importações, como taxa de câmbio, restrições de produtos aceitos em território interno, preço de commodities, entre outros, seriam resultado da dinâmica de transações apenas – isto, decerto, sem ignorar um mercado de trabalho o mais próximo possível da situação de “pleno emprego”.

Acerca dessa relação entre estado e mercado, a bibliografia sobre *Varieties of Capitalism*, partindo das sugestões originais de Hall e Soskice (Hall & Soskice, *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage*, 2011), propõe uma gradação de “tipos de capitalismo”, estando o espectro separado pelos pólos de “Mercado Liberal” e “Mercado Coordenado” (Becker, *Measuring change of Capitalis Varieties: Reflections on Method, Illustrations from the BRICs*, 2012). Uwe Becker alerta para a prudência de não se considerar simplesmente essas categorias enquanto “colunas” onde são lotados diferentes países, mas sim um continuum onde cada um tenderia mais para um polo ou outro. O mesmo autor estabelece uma percepção do caso brasileiro enquanto “coordenado”, ou seja, com uma adesão menor às “receita neoliberal” tal como sugerida, de início, por Dani Rodrik (Rodrik, s/d), e dotado de um teor de

“patrimonialismo” que desembocaria em corrupção, ou seja, intervenção de modos de agir sobre as regras “formais”.

Becker sublinha, ainda, a importância de se considerar essas alterações na dinâmica capitalista ao longo do tempo: janelas de tempo diferentes resultam em alterações diferentes dessas variedades de capitalismo. O próprio caso brasileiro tenderia, nessa interpretação, para um lado “liberal” nos anos 90, e depois tenderia para um lado “coordenado”, o que, quando representado por um balanço geral, resultaria num avanço exíguo para o lado “coordenado”, dando a entender que a dinâmica nacional teria permanecido inalterada ao longo desses 20 anos. Seguindo as indicações desta linha, pensamos então que um “mercado brasileiro coordenado” envolve uma atuação estatal nas transações e decisões econômicas para além da simples estipulação de políticas públicas, ou seja, que as instituições vigentes se articulam com uma presença estatal de diversas maneiras. Assim, um dispositivo que nos parece de fato relevante na organização estatal nacional é a Receita Federal, dada a sua reputação como “incorrupível” e “impossível de se burlar”<sup>6</sup>.

Tomemos aqui alguns documentos retirados do próprio site da Receita<sup>7</sup>, a começar pela sua auto-apresentação na seção “Quem Somos”, onde se rotula como “instituição”<sup>8</sup>:

A Secretaria da Receita Federal do Brasil é um órgão específico, singular, subordinado ao Ministério da Fazenda, exercendo funções essenciais para que o Estado possa cumprir seus objetivos. É responsável pela administração dos tributos de competência da União, inclusive os previdenciários, e aqueles incidentes sobre o comércio exterior, abrangendo parte significativa das contribuições sociais do País. Também subsidia o Poder Executivo Federal na formulação da política tributária brasileira, previne e combate a sonegação fiscal, o

---

<sup>6</sup> Como nos disse um funcionário da Infraero em conversa informal, “até a Madonna tem que passar pela Alfândega quando passa aqui pelo aeroporto, não tem jeito. Sai do avião, vai direto pra Alfândega”.

<sup>7</sup> Material disponível no link <http://www.receita.fazenda.gov.br/SRF/ConhecaRFB.htm>. Acesso em 31 de julho de 2013.

<sup>8</sup> Diversos autores alertam para o desafio de discernimento entre uma *instituição* e uma *organização*, como os já mencionados Douglass North e Peter Hall. Seguindo essas referências, consideramos aqui a Receita como organização oriunda do Estado, que parece se adequar bastante bem, como mostraremos, às instituições, ou seja, normas nas quais o Estado também exerce uma agência de peso nas transações econômicas nacionais.

contrabando, o descaminho, a pirataria, a fraude comercial, o tráfico de drogas e de animais em extinção e outros atos ilícitos relacionados ao comércio internacional.

Além desta listagem sucinta dos objetivos e deveres da Receita, o site também disponibiliza um organograma envolvendo as cadeias de valor da Secretaria. Nele estão distinguidos as políticas e valores institucionais da Receita, e seus equivalentes de ordem prática.<sup>9</sup> Dessa forma, à política institucional “subsidiar a formulação da política tributária e do comércio exterior”, fica atrelada a “fiscalização e combate aos ilícitos tributários e aduaneiros”. É possível então relacionar uma postura ativa da Receita no que diz respeito à construção de uma política, tanto enquanto princípio, como enquanto sucessão de atitudes que mantém um certo panorama de distribuição de poderes (numa via mais foucaultiana de compreensão do que é “política”).

Nesses dois materiais sobre a Receita, nos interessa sobretudo a sua identificação como organização pública voltada para cumprimento dos objetivos do Estado (embora não defina quais) sobretudo no que tange à arrecadação de taxas. Trata-se portanto de um órgão imprescindível no ramo de importação e exportação, como no caso do setor de luxo, no qual pressupõe-se que a origem dos produtos será estrangeira. Por outro lado, o organograma aqui reproduzido coloca as políticas institucionais como elementos desencadeadores dos outros procedimentos da Receita em diversos escopos, sendo o institucional a mais fragmentada das sub-divisões. Sublinhemos ainda o interesse da Secretaria não apenas em gestão, mas também em controle, o que podemos interpretar como um conflito decisório para uma manutenção de poder e decisões que privilegiem o próprio foro público – ou, pelo menos, diminua seus prejuízos vis-à-vis de práticas “informais” tidas como sumamente lesivas (“pirataria”<sup>10</sup>, desvio de dinheiro, sonegação, corrupção, para citarmos alguns).

O site dedicado à memória da Receita explica, no texto *Evolução do Sistema Aduaneiro* (Pimentel de Godoy, s/d), as alterações na Secretaria, de 1968 em diante. Segundo esta

---

<sup>9</sup> Imagem disponível em <http://www.receita.fazenda.gov.br/SRF/cadeiavalor.htm>.

<sup>10</sup> Colocamos a pirataria entre aspas devido à dificuldade de definir no que, de fato, consiste essa contravenção. Tratamos deste problema em outro trabalho (SOARES, 2013).

fonte, 1968 consistiria num marco para o reestabelecimento da “racionalidade da organização fiscal federal”, com alterações significativas nos métodos relacionados ao controle da Alfândega. Os problemas subsequentes deste modelo de gestão, contudo, seriam alvo de correção apenas em 1977 com a criação de um “órgão especializado, a Comissão de Planejamento e Coordenação de Combate ao Contrabando – COPLANC”, e da Coordenação do Sistema de Controle Aduaneiro, em 1988. Pimentel de Godoy ainda coloca o governo Collor como o ponto de partida para tentar “uma completa abertura dos portos aos produtos manufaturados estrangeiros”, ressaltando, todavia, a delicadeza do tópico e a necessidade de maior aprofundamento na história deste órgão.

A própria trajetória do órgão está assim, ela também, conectada a decisões político-econômicas de resultados macroscópicos, como liberação ou embargo de importações, taxações alfandegárias, flutuação do câmbio e pressão externa para maior volume de trocas econômicas ou mesmo de busca por financiamento em organizações internacionais (caso do Fundo Monetário Internacional, credor regular do Brasil durante os anos 90).

Somando essas colocações, podemos enquadrar a emergência de um setor de luxo no Brasil como condicionada não apenas a uma conjuntura macroeconômica específica, como também dirigida por intervenções estatais quanto à incorporação desse novo setor na organização nacional, em particular no que tange à tributação, sonegação e problemas de contrafação. Passemos portanto a uma análise com mais pormenores do setor de luxo no Brasil.

### **iii. Brasil e o panorama macroeconômico via o setor de luxo**

Diante de seu dinamismo em um cenário de crise internacional, a literatura frisa a América Latina como novo locus de alterações econômicas (Boyer, 2012), sendo o Brasil um caso de destaque no cenário. Anteriormente, o crescimento era tido como resultado de uma aplicação de “receitas” externas, que tomavam como molde as referências europeias/norte-americanas. Os anos 90 assistiram em particular à aplicação de diretrizes neoliberais (Stiglitz, 2002) em toda a América Latina, tendo resultados cambiais

desastrosos em alguns casos (como o da Argentina), que só foram revertidos nos anos 2000. Pertencendo aos BRICs, ou seja, ao grupo de países “emergentes” que constitui uma “nova potência”, o Brasil passa a ter uma outra posição geopolítica graças à ideia de que possui uma performance econômica estável. A ideia de que um país seguro é um país estável é trabalhada, por exemplo, por agências de classificação de risco, como Moody’s, Standart & Poor’s, ou Ficht Ratings. No caso dos países emergentes, o grupo de índices EBMI é uma medida fornecida pelo banco JP Morgan, calculando a segurança de transações especulativas financeiras nesses países em contraste com a bolsa dos EUA<sup>11</sup>. O aumento do setor de luxo no país parece portanto decorrer de uma alteração conjuntural que faz com que o Brasil passe a ser atrativo para esse setor, especificamente.

### Características do setor de luxo

Temos no luxo um setor cuja característica inicial é manter uma oferta reduzida dos seus produtos, ao contrário de uma chamada “produção em massa” que visa uma diminuição dos custos de produção ao considerar um volume maior de mercadorias finais. Mas não apenas: o setor de luxo pretende concentrar matérias primas consideradas nobres<sup>12</sup>, um processo produtivo diferenciado daquele “de massa” (focando, por exemplo, na manufatura) e também uma experiência de compra particular ao consumidor final (Campbell, 2006). Focaremos, neste trabalho, apenas nas divisões de vestuário e acessórios do setor, cuja abrangência só faz crescer, uma vez que o que se consome é também a experiência, e não a simples aquisição de um objeto<sup>13</sup>. Pelo público-alvo visado

---

<sup>11</sup> Vide <http://lexicon.ft.com/Term?term=EMBI>. Acesso em 31 de julho de 2013.

<sup>12</sup> Entra em jogo, nesse quesito, uma hierarquia da “qualidade de matérias-primas” que não é regida apenas pela sua escassez ou abundância. No caso de vestuário e acessórios, aos quais nos ateremos aqui, percebe-se uma clara diferença entre matérias-primas naturais (couro, seda, algodão, linho) e sintéticas (plástico e suas variações, como o poliéster). As matérias-primas naturais chegam a ser denominadas “tecidos nobres”. Sobre a percepção dessa hierarquia no caso do plástico, vide o artigo de Tom Fisher, *Plásticos: a cultura através das atitudes em relação aos materiais artificiais* (FISHER, 2006). Existe, no entanto, também uma diferença entre o custo de manejo desses produtos naturais, sendo os sintéticos bastante mais baratos (RODRIGUES DA COSTA e RIAL PINTO DA ROCHA, 2009).

<sup>13</sup> Assim, além de bebidas, automóveis, imóveis, e quaisquer outras categorias de cultura material, vemos também a emergência de um turismo de luxo, no qual até mesmo lugares considerados invisíveis se

ser de alto poder aquisitivo, trata-se de uma faixa de população bastante reduzida diante de seu volume total, o que faz com que o setor se agregue na forma de conglomerados. André Cauduro d'Angelo esmiúça esse estratagema em *Precisar, não precisa – Um olhar sobre o consumo de luxo no Brasil*:

No negócio do luxo, do qual o de moda é o mais visível, desde meados da década de 1990 tem-se construído grandes conglomerados – grupos controladores de diversas marcas de ramos iguais ou diferentes, mas sempre situadas no topo da pirâmide – que têm tornado cada vez mais rara a existência de grandes empresas independentes (Cauduro d'Angelo, 2006, p. 33).

E cita, em seguida, os principais conglomerados de moda: Pinault-Printemps-Redoute, Prada, Louis Vuitton-Moët-Hennessy, Marzotto e Richemont, colocando Giorgio Armani e Ralph Lauren como duas exceções a esse movimento aglutinador (idem, ibidem). Essa informação é importante para nossa análise visto que essa “concentração” do luxo no formato de poucos grupos empresariais complexifica as transações para instalação em um novo país – em outras palavras, não se trata mais da escolha de uma empresa para trazer uma marca apenas, mas sim a chegada de diversas marcas (ainda que independentes entre si) neste novo território<sup>14</sup>. Para simplificar a análise, as marcas de vestuário “de luxo” brasileiras não serão consideradas competidoras equivalentes às grifes pertencentes a esses conglomerados.

Ao falarmos de luxo, concebemos portanto multinacionais cujas sedes são estrangeiras, e não brasileiras. A listagem de grifes consiste em nomes unicamente europeus ou estado-unidenses, sendo as empresas brasileiras do setor voltadas sobretudo para o mercado interno e tendo uma performance de exportação ainda incipiente<sup>15</sup>. A

---

metamorfoseiam. É o caso do turismo na favela, por exemplo. Vide *Gringo na Laje*, obra de referência de Bianca Freire-Medeiros sobre o tema (FREIRE-MEDEIROS, 2009).

<sup>14</sup> Ao mesmo tempo, a solidez do conglomerado pode fazer com que tome iniciativas agressivas, ousando abrir lojas em países onde o setor de luxo ainda não parece viável o suficiente. A Louis Vuitton, por exemplo, é uma das pioneiras a se instalar no Brasil, em 1989. Ela havia sido integrada à LVMH em 1987.

<sup>15</sup> A hierarquia simbólica entre “grife” e “marca” se evidencia, por exemplo, durante um trabalho de campo em brechós de luxo de segunda mão. As marcas estrangeiras são privilegiadas em quantidade, e

ausência da empresa formal no Brasil faz com que se traga as mesmas marcas via representações, estando portanto disponíveis em lojas de multimarcas, e não pontos de vendas dos conglomerados multinacionais. Entra, então, a Daslu como exemplo de “multimarcas” representante de grifes.

Se a entrada deste setor no país é recente, pede então a lógica que os produtos destas grifes fosse bastante escasso antes da década de 2000 (com a exceção já feita à Louis Vuitton): “naqueles tempos de economia fechada e ascensão dos setores médios”, retoma Cauduro d’Angelo, “o luxo estrangeiro só era acessível por meio de viagens internacionais. Os poucos pontos-de-venda destes produtos no Brasil tinham preços proibitivos – inclusive por causa da inflação – e dificilmente alguém abaixo do topo da pirâmide social gastaria uma pequena fortuna em um produto supérfluo se já não tivesse cumprido o script padrão da classe média: casa própria, carro e eletrodomésticos” (Cauduro d’Angelo, 2006, p. 77)<sup>16</sup>. No entanto, pondera, “mesmo as viagens ao exterior eram raras. Claro, parte da classe média já desfrutava delas, mas ainda com parcimônia. Havia em alguns grupos o desejo por marcas internacionais famosas, mas a quantidade de informação disponível na época não ajudava a inflar o desejo. Deveria se pertencer a um círculo muito restrito, de pessoas com dinheiro e bem informadas, para saber que a marca X ou Y era ‘o máximo’” (idem, *ibidem*).

A Daslu entra como alternativa justamente para esse público, que aqui chamaremos de “elite” em função do seu pertencimento a famílias “tradicionais” e detentora de um poder aquisitivo muito acima do da média da população. A empresa, contudo, não foi criada com esse propósito, mas sim em 1951, com o intuito de fornecer alternativas “sofisticadas” para a alta sociedade paulistana e brasileira, como narrado em artigo da

---

também atingem preços muito mais altos do que as locais. Uma bolsa Chanel, por exemplo, pode atingir a faixa de milhares de reais, enquanto uma da marca Maria Bonita Extra se mantém abaixo de 500. Um brechó no Leblon voltado para esse comércio faz uma triagem acirrada de “grifes”, causando até mesmo um xeque simbólico na cliente que não conheça o que é “it”, mas “lá fora”, com marcas como All Saints, Comme des Garçons, Alexander Wang, Hervé Léger, de pouca ou nenhuma representatividade no mapa simbólico brasileiro. Dentre as marcas “de luxo” brasileiras, citaríamos sobretudo a Osklen como paradigma semelhante ao das grifes internacionais (embora ela tenha começado voltada para o setor de roupas de surfe).

<sup>16</sup> Grifo do autor.

Folha: “A loja nasceu quando Tranchesesi tinha apenas um ano de idade, na sala da casa de sua mãe, Lucia Piva. O nome vem da junção dos nomes das primeiras sócias da loja, Lucia e Lourdes Aranha, ambas apelidadas de Lu” (Folha, 2012). Seu primeiro ponto de venda foi uma residência no bairro de Vila Nova Conceição, em São Paulo.

A entrada de um setor de luxo segue bastante os moldes cunhados por Pierre Bourdieu em *A Distinção* (Bourdieu, *La distinction. Critique sociale du jugement*, 1977), na qual a idéia de “moda” aparece como um subterfúgio de distinção entre classes sociais, sendo a “elite” a classe detentora de poder sobre o gosto, podendo definir o que é “belo” e o que não é, as maneiras de usar certos objetos, a etiqueta adequada para cada ocasião, e assim por diante. O setor de luxo estaria dirigido, portanto, para um público-alvo detentor não apenas de um poder aquisitivo, mas também de um gosto particular (excluindo, por exemplo, os chamados novos ricos) e inseridos em uma rede de contatos na qual, para resgatar as palavras de uma informante durante uma pesquisa de campo sobre brechós de luxo no Rio de Janeiro, “todo mundo se conhece”. Podemos cogitar assim o papel das socialites na divulgação do que é luxo neste circuito reduzido. Uma outra informante caracterizou sua tia, francesa radicada em São Paulo, como “um dos closets mais cobiçados da cidade”.

Por isso o setor de luxo identifica uma alteração macroeconômica em dois aspectos: a) a estabilidade de transações do país, visto que, para que o público local pareça atraente para esse setor, a moeda deve estar estável, a taxa de câmbio deve ser proveitosa para os dois lados (empresa local e público, senão a parcela dotada de poder aquisitivo segue comprando no exterior) e as importações desprovidas de alta taxação (para não intervir no valor final); b) a passagem da posição de “representação” dessas grifes por multimarcas para uma abertura de filiais diretamente ligadas à sede internacional. Isso envolve diretamente o elemento das instituições quanto ao estabelecimento dessas grifes neste novo “padrão”. A entrada de um país emergente neste circuito aponta para uma reavaliação das perspectivas fora de uma relação “centro/periferia”, ainda que nessa já houvesse uma parcela dotada de poder aquisitivo suficiente para se interessar por essa gama de produtos. Afinal, o setor de luxo envolve justamente uma restrição na

quantidade de produtos oferecida, e também na maneira de distribuição desses objetos via experiência de compra que faz com que seja preferível, nessa lógica, “perder dinheiro” por não se instalar em um país “emergente” do que “perder o prestígio”.

Assim, as medidas de Fernando Collor de Mello quanto à liberação de importações, em 1990, são o início de uma nova era econômica e de consumo no país, que se estende até os dias de hoje, quando o Brasil é “a nova meca do luxo” (como apontam as construções sistemáticas de shoppings voltados para esse setor). Cauduro d’Angelo se estende sobre a importância deste movimento para a conjuntura geral:

“De fato, as medidas econômicas [de Collor] iam além do congelamento dos depósitos em banco e incluíam a promessa de abertura dos portos brasileiros, fechados há décadas aos produtos estrangeiros. A intenção era tornar o mercado local, protegido por barreiras alfandegárias, que estimulavam a acomodação dos empresários, competitivo.” (*Cauduro d’Angelo, 2006, p. 78*)

Mas, neste cenário, a Daslu ainda era “uma butique pequena, cuja clientela constituía-se principalmente de amigas” (*idem, ibidem*).

Esta chegada intensiva do luxo no Brasil é possível pela sua dinâmica econômica vista como alternativa “à altura” – afinal de contas, o luxo não tem prejuízo, mesmo em contextos de crise (também pela sua organização em conglomerados) – e por isso tem as condições macroeconômicas viáveis. Por isso, é um setor cuja trajetória pode ser muito bem traçada historicamente: ele decola apenas quando o neoliberalismo derruba barreiras alfandegárias de proteção estatal, e garante uma estabilidade de câmbio, e uma distribuição de renda suficiente para que o giro comercial não se atenha apenas a uma parcela estreita da população – a chamada “elite”<sup>17</sup>. Isso também implica uma análise do público geral, envolvendo uma discussão sobre concentração de renda. O setor de luxo,

---

<sup>17</sup> Um outro ponto é a adaptação dos preços. De fato, comprar no exterior envolve trâmites em outras moedas, e, como formulado por um brasileiro após 6 meses vivendo na Europa, “quem converte não se diverte”. A valorização do câmbio do Real entre moedas competitivas é fundamental para que a comercialização local seja viável – caso contrário, retornar-se-ia ao modelo no qual é preferível utilizar um contato que esteja no exterior para encomendar um bem do que comprar aqui. Frisemos também que as grifes de luxo estrangeiras não parcelam o valor final da compra, sendo este um hábito eminentemente brasileiro e ao qual se adaptaram nas suas versões locais.

embora se insira no país, não atinge a todo o território de maneira homogênea. Existe um reconhecimento de uma “desconcentração de renda” e um aumento do poder aquisitivo em geral, em paralelo com uma permanência de herdeiros de “famílias” agrárias, relembrando as origens camponesas de parte da riqueza brasileira. Essas famílias ainda precisam se deslocar em busca de grifes.

O Brasil ainda mantém: uma regulação estatal frisada pela sua condição de “federação”, onde os níveis menores de gestão de poder (Estado como unidade da federação, municípios) têm pouca autonomia (com exceção de SP), alta taxa de importações (sendo a Receita Federal um órgão mais que relevante na apuração desses dados) e uma relação das empresas internas do setor de luxo com uma “elite tradicional”. Nesse sentido, estudar o caso da Daslu parece uma maneira de enriquecer a articulação entre conjuntura macroeconômica, instituições e agentes políticos privilegiados nesse setor e a expansão do setor no país.

#### **iv. A Daslu: um estudo de caso**

Fundada em 1951, por Luci Piva de Albuquerque e Lourdes Aranha, a loja “das Lu” (diminutivo de “Lucia” e “Lourdes”) atendia, inicialmente, em residências no bairro de Vila Nova Conceição, em São Paulo. Com a morte de Lucia, na década de 1980, quem assume a gerência dos negócios é sua filha Eliana Tranchesi. Diz trecho do artigo da Folha online Herdeira da Daslu, Eliana Tranchesi morre aos 56 em SP:

Eliana herdou a Daslu após a morte da mãe. Ela sempre afirmou que gostava de comprar, mas nunca havia pensado em tocar os negócios. Ao assumir o controle da boutique, deixou de lado o sonho de ser artista plástica. Começou a trajetória como vendedora, prática na loja entre as atuais diretoras e gerentes. Desde o início, ela contou com a ajuda dos irmãos no negócio. (*Folha*, 2012)<sup>18</sup>

Mas é na década de 1990, com a liberação das importações pelo presidente Collor, que Tranchesi visualiza novas possibilidades para o negócio, como fica patente na sua fala

---

<sup>18</sup> Grifo nosso.

resgatada por Cauduro d'Angelo: “Nunca me esqueço: era março e o país inteiro via na televisão o governo Collor confiscar o dinheiro da população. Eu deletei tudo e só guardei uma frase – ‘As importações serão liberadas’” (Cauduro d'Angelo, 2006, p. 78). O autor retoma ainda que

“se fôssemos usar o jargão dos profissionais de marketing, poderíamos dizer que Eliana tinha o ‘dedo no pulso do mercado’. Sabia exatamente o que sua clientela queria e não encontrava por aqui: luxo, marcas famosas e logotipos conhecidos. E, ao contrário do que rezam os manuais do bom marketing, ela era o seu próprio referencial dos desejos de consumo de uma classe social inteira, visto que quando vinha de viagens ao exterior ‘voltava com tanta mala que precisava ocupar até três táxis na hora de deixar o aeroporto’.

Dois meses depois da posse de Collor, Eliana iniciou um tour pela Europa para convencer as grandes grifes a comercializarem seus produtos no Brasil. De porta em porta, tinha que tentar provar que, em um país assolado por inflação, recessão e pela absoluta falta de dinheiro em circulação, seria possível vender luxo. Peregrinou pela Chanel, pela Gucci, pela Valentino e por tantas outras grifes, tentando convencê-las, uma a uma, a apostar no mercado brasileiro. O histórico do país, associado ao momento delicado por que passava, indicava que a proposta de Eliana não era mais do que um convite à aposta”.  
(Cauduro d'Angelo, 2006, pp. 78-79)<sup>19</sup>

Essa passagem de Cauduro d'Angelo nos permite considerar a importância do controle de uma certa parcela social, aqui denominada “elite”, sobre a entrada do setor de luxo, para além do contexto macroeconômico. Para além da conjuntura em órgãos públicos, o que se percebe é que a inovação da Daslu é sugerir uma apropriação privada do setor, fato inédito no cenário nacional. Antes desta iniciativa, a aquisição de um produto de luxo era uma iniciativa individual, não empresarial de cunho privado. E, ao invés de ter por objetivo montar um parque industrial competitivo com este setor, relançando a dinâmica econômica pelas vias produtivas, a liberação de importações permitia uma inserção de um novo tipo de consumo e de comércio, vindo a moldar o padrão das multimasas de luxo pelas duas décadas seguintes:

---

<sup>19</sup> Grifos nossos.

“Segundo pesquisa encomendada pela organização do Fashion Business, feira de negócios realizada no Rio na semana passada, existem em torno de 2.500 multimarcas em todo o país.

"Algumas grifes sobrevivem por causa das multimarcas, que representam, no mínimo, 40% do faturamento das principais empresas da moda nacional", diz o consultor Ruben Filho, responsável pelo levantamento.

As maiores compradoras são lojas que reproduzem em outros pontos do país o conceito consagrado pela paulistana Daslu, com amplas instalações e atendimento VIP. [...]

"Trabalhamos com as mesmas coleções da Europa. As peças lançadas lá chegam à minha loja com defasagem de 15 dias, no máximo, por conta da alfândega", afirma Cleuza, que representa grifes como Diane Von Furstenberg, Valentino e Roberto Cavalli.

[...]Em Salvador, a referência é Regina Weckerle, 66, dona da Paradoxus. Ela comercializa 30 grifes nacionais na loja que fundou há 25 anos. Mas reconhece que teve uma referência para o formato atual. "Todas as multimarcas de luxo no Brasil foram influenciadas pela Daslu." (Brisolla, 2012)

O sucesso da empreitada se consolidou numa expansão total do projeto: de multimarcas, a Daslu se converte também em grife própria, vendendo peças sob a etiqueta “Daslu”, e constrói, em 2005, a Villa Daslu como epítome de seu sucesso. Outros trechos de artigo da Folha descrevem bem o processo:

Costanza [Pascolato, estilista e empresária paulista] afirmou que Eliana teve grande importância por ter incentivado o varejo de luxo personalizado, de maneira a não ser igualado por outro grupo. "Ela seduziu o Brasil inteiro. Antes de iniciar a venda das peças, pesquisou o gosto da mulher brasileira, por isso conseguiu o sucesso que teve", disse a consultora. (Borlina Filho, 2012)

Em 2005 a Daslu movimentava ao ano mais de R\$ 400 milhões em vendas, segundo a conta de especialistas. Eram mil empregados, sendo 200 "dasluzetes" --apelido das vendedoras que recebem até R\$ 15 mil (incluindo comissão) por mês. Entre 75% e 80% das pessoas que vão à Daslu não vão embora da loja sem comprar alguma coisa. Já em shoppings, essa taxa varia de 15% a 30%.

Em investimentos, os volumes também são altos. Para a inauguração da nova Daslu --o espaço de 20 mil metros quadrados, incluindo o terraço, aberto ao público em junho de 2005--, foram gastos R\$ 200 milhões. Estima-se que R\$ 40 milhões tenham sido bancados pela própria Daslu, e o restante, rateado entre as grifes que estão na operação comercial. (*Folha*, 2012)<sup>20</sup>

A Villa Daslu chegou a ser singelamente apelidada pela Folha de São Paulo de “templo de luxo”, contando até mesmo com espaço para pouso de helicóptero em seu terraço.<sup>21</sup> Sua gestão também mantinha diferenciais na escolha de atendentes de cada grife, ou “dasluzetes”, como batizadas pela Folha: ao contrário do padrão habitual de centros comerciais, as atendentes de grifes eram selecionadas dentre filhas das mesmas famílias frequentadoras do espaço (e velhas conhecidas da família Piva de Albuquerque), incluindo outra Lu: a Alckmin, esposa do político Geraldo Alckmin (Borlina Filho, 2012). O ano de 2005 reservava, no entanto, uma severa reviravolta para o empreendimento, explicado com detalhes no artigo da Folha Online *Problemas na Daslu começaram em 2005 com operação da PF*, de 24 de fevereiro de 2012 (ou seja, no dia da notificação do falecimento de Tranchesi), e do qual reproduzimos aqui uma longa parte. Diz o artigo que

A loja foi alvo de uma operação de combate à sonegação fiscal, realizada por Polícia Federal, Ministério Público e Receita Federal.

Denominada Operação Narciso, a ação contou com a participação de 250 policiais federais. Na época, a empresária foi detida por cerca de 12 horas.

Investigações do Ministério Público Federal apontaram que, por meio de importadoras, a loja trazia produtos de luxo por preços menores do que seu custo no exterior. Com isso, recolhia menos impostos e burlava o fisco. A Polícia Federal encontrou notas fiscais que mostravam o subfaturamento de preços em contêineres apreendidos no aeroporto de Guarulhos em 2005. Quatro anos mais tarde a empresária e seu irmão Antonio Carlos Piva de Albuquerque, ex-

---

<sup>20</sup> Para fotos da Villa Daslu, vide a notícia da Folha Online *Fachada Neoclássica da Daslu ganhará vidros espelhados*, de 27 de setembro de 2012. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/1159953-fachada-neoclassica-da-daslu-ganhara-vidros-espelhados.shtml>. Acesso em 31 de julho de 2013.

<sup>21</sup> Vide notícia *Área que abrigou templo de luxo da Daslu terá escritórios e restaurantes*, de 25 de novembro de 2011. Disponível online em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/1190750-area-que-abrigou-templo-de-luxo-da-daslu-terá-escritorios-e-restaurantes.shtml>. Acesso em 31 de julho de 2013.

diretor financeiro da loja, foram condenados pela Justiça Federal a 94 anos e seis meses de prisão. Eles foram presos em São Paulo.

A empresária foi levada para a Penitenciária Feminina do Carandiru, onde ficou em uma cela individual por dez dias. Foi libertada após recorrer à Justiça Federal de São Paulo. Na ocasião, ela já estava afastada do comando da loja desde janeiro em tratamento contra câncer no pulmão.

Além de Tranchesi e Piva, outras sete pessoas foram condenadas por envolvimento no caso. Eram empresários, donos de importadoras que trabalhavam para a loja e ex-funcionários.

A Daslu foi autuada pela Receita Federal e a Secretaria da Fazenda paulista em cerca de R\$ 1 bilhão (valor que incluía impostos devidos, multas e juros). E discutiu durante anos esses valores com os fiscos. A empresa recolheu parte do que deve ao aderir a um programa paulista de parcelamento de débitos.

Em julho de 2010, os clientes da Daslu receberam uma carta de Eliana explicando que ela havia decidido entrar com pedido de recuperação judicial. O objetivo da empresária era renegociar dívidas de R\$ 80 milhões com bancos e fornecedores e evitar a falência da megabutique.

Para manter as portas abertas, a empresária pedia aos fornecedores um "atestado de confiança" e que não deixassem de "fornecer o necessário".

Nessa época, a empresária administrava somente o andar térreo da megabutique. Os demais andares eram gerenciados pelo grupo Iguatemi, que assumiu o comando da Villa Daslu em abril de 2010.

Há um ano, a Daslu foi vendida por seus credores por R\$ 65 milhões para o fundo Laep, investidor do mercado de capitais que se tornou especialista em comprar empresas à beira da falência.

Para evitar a falência, a butique foi dividida em duas empresas, cada qual com uma das duas lojas --a da Vila Olímpia (que já fechou) e a do Shopping Cidade Jardim, zonal sul de São Paulo.

Tranchesi se tornou uma consultora da marca criada por sua família há mais de 50 anos, que passou para o comando do fundo Laep.

Com essa venda, ficou sem a dívida de R\$ 80 milhões com credores. Mas ainda mantinha pendência estimada em R\$ 500 milhões com a Receita Federal. (Rolli, 2012)<sup>22</sup>

O aumento faraônico do empreendimento, com uma exposição midiática sistemática à época do seu lançamento (propagandas na própria Folha de São Paulo chegavam a

---

<sup>22</sup> Grifos nossos.

tomar uma página inteira do jornal físico) cumpriu seu intuito e chamou a atenção de todos: até mesmo da Receita e da Polícia Federais. A Villa Daslu passou por diversas batidas ao longo dos anos, verificando o repasse de impostos, as transações alfandegárias e as notas de importação de produtos revendidos a milhares de reais. Simultaneamente, Tranchesi, que chegou a ser presa, foi diagnosticada com um câncer de pulmão, contra o qual lutou até seu falecimento em 2012.

Em 2008, após a Operação Narciso e enquanto Tranchesi aguardava o final de seu julgamento, a Daslu passou a ser gerida pelo grupo BRMalls – uma das maiores empresas de centros comerciais do país, sendo adquirida, em 2011, pelo grupo Laep. Detentor também do nome “Parmalat” no país, o grupo teve seus bens bloqueados e seu sigilo fiscal cassado a pedidos da Comissão de Valores Mobiliários, em função de “‘indícios de infrações a normas que regem o mercado de valores mobiliários brasileiro’ com a ‘iminente operação de fusão’ da Laep com a sociedade Prosperity Overseas (Bermuda) Ltd.”, tal como anunciado em artigo da Folha Online de 07 de março de 2013<sup>23</sup>. O prédio da Villa Daslu foi demolido e suas ações renegociadas, permanecendo apenas a grife homônima, que, durante a Operação Narciso, tinha sido transformada em empresa independente da importadora responsável pelo ancoramento de diversas grifes no país.

Existe portanto um cruzamento entre dinâmica econômica, instituições e empreendimento privado no setor de luxo no Brasil, e uma superposição de trajetórias entre a Daslu e aquela que, embora a Folha denomine “herdeira”, foi de fato quem montou um novo modelo de comércio voltado para o alto poder aquisitivo brasileiro. Passemos às conclusões para uma análise de como essa trama se tece.

## **v. Conclusão**

O presente trabalho tinha como objetivo apresentar um estudo de caso no qual ficassem claras algumas propostas da bibliografia teórica, ou seja, o papel das instituições

---

<sup>23</sup> Notícia disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/1242055-justica-bloqueia-bens-do-dono-da-parmalat-e-da-daslu.shtml>. Acesso em 31 de julho de 2013.

na performance econômica e a percepção dessa dinâmica como um processo também influenciado por decisões políticas, jogos de poder e não apenas receitas econômicas de cunho ortodoxo. O setor de luxo, dadas as suas características, é um empreendimento no qual um certo perfil de elite é preponderante como público-alvo: tanto por possuir um poder aquisitivo suficiente, como por desenvolver um gosto no qual essas grifes em questão são desejadas e objeto de competição entre os membros deste grupo. O diferencial da Daslu ocorre quando as ditas socialites deixam de se enquadrar como consumidoras apenas e passam a ser, também, empreendedoras, o que só pode ocorrer num contexto de liberalização das fronteiras, como se deu no início da década de 1990. Por outro lado, essa condição apenas não era suficiente para que os conglomerados de luxo em si apostassem no sucesso brasileiro – a estabilidade monetária viria depois, e a concentração de renda ainda impedia uma circulação de espécies e também a expansão de um público consumidor, como se deu na década seguinte<sup>24</sup>. De modo que a ponte entre a oferta do luxo e a gestão desta oferta se deu por pioneirismos como o da Daslu, se colocando como responsável pelas importações e pelo management inteiriço de uma empresa em um setor então quase inexistente no país.

Por outro lado, como também nos interessam as instituições, percebemos que a iniciativa da Daslu já herdava uma clientela, estabelecida desde os anos 50, e também uma maneira de fazer negócio, cujo formato inalterado das multimarcas de luxo regionais faz suspeitar que tenha sido mantida. É justamente esse tipo de norma, de como se dá o negócio, que se enquadra na idéia de “instituição”, e que, politicamente, se delineia em um sucesso ou fracasso diante de uma boa leitura da conjuntura, mas também dos outros agentes envolvidos. No caso da Daslu, a relação entre comércio e política foge ao escopo

---

<sup>24</sup> A aglutinação em conglomerados não é suficiente para evitar que o luxo entre em crise. Ora, o princípio é justamente que isso nunca aconteça. Surge então o “masstige”, mescla de “massa” com “prestige”, que é um desenvolvimento de “sub-setores” das mesmas grifes, voltadas para um público mais amplo, ou então a aceitação de novos modos de pagamento, como o parcelamento, para que o mesmo produto esteja à alçada de um outro público. Essas iniciativas visam também coibir uma perda de mercado para cópias e outras concorrências de menor valor final. Vide a entrevista “O Brasil tem expertise em fazer roupa de perigete”, com o estilista brasileiro Alexandre Herchcovitch, sobre comércio para classes A, B, e C no Brasil. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1101975-o-brasil-tem-expertise-de-fazer-roupa-de-perigete-diz-alexandre-herchcovitch.shtml>. Acesso em 31 de julho de 2013.

“capilar”, numa leitura mais foucaultiana, e se dirige diretamente a altas posições públicas – pois é são as famílias às quais atende que fornecem pessoas para esses cargos, reforçando um Brasil ainda, de certa maneira, no qual política e famílias se entrelaçam. Daí a possibilidade de negociar diretamente com os conglomerados, praticamente “batendo de porta em porta”, já que a interação econômica nesta parte da pirâmide volta a ser entre pares, e não entre pessoas jurídicas, e também a contratação de “dasluzetes”, mantendo uma dinâmica institucional onde a cartada pessoal é mais relevante do que uma transação econômica em moldes “transparentes” e “formais”, onde o conhecimento individual seria irrelevante.

É justamente na transição de uma Daslu bem-sucedida devido aos moldes personalizados de comércio e uma que tenha adotado uma perspectiva schumpeteriana de empreendimento que ocorre a tragédia. “Se a teoria de Schumpeter está correta”, coloca Gisela Taschner em *Cultura, Consumo e Cidadania*,

“a concorrência intercapitalista se faz por meio da chamada destruição criativa, a qual, como se sabe, resumidamente consiste na inovação constante feita pelos empresários, de modo a reduzir custos e/ou melhorar o produto ou o serviço, ou sua colocação no mercado (ou outros aspectos, como, por exemplo, a logística) para obter lucros extraordinários, mesmo que temporários.” (Taschner, 2009, p. 12)

No luxo, por excelência, os lucros já ocorrem pelo caráter extraordinário do produto, cujo valor agregado, em princípio, não se submete às mesmas oscilações de outros setores – não sai de moda, não perde valor, não padece mediante inovações porque “é para sempre”<sup>25</sup>. No entanto, a nível de gestão, um panorama atraente internacionalmente é não apenas aquele que garante as condições macroeconômicas mínimas – importações viáveis, estabilidade do câmbio, poder aquisitivo de uma parcela da população que mantenha um giro de consumidores - mas aquele onde é possível uma

---

<sup>25</sup> Algumas grifes de vestuário seguem a lógica das coleções, contando com mudança de acervo pelo menos entre primavera-verão e outono-inverno de cada ano. No caso das bolsas, no entanto, isso é muito menos comum. As grifes são conhecidas por seus modelos “que não saem de moda”, como a Chanel 2.55 ou a Speedy da Louis Vuitton. É realmente possível que elas durem mais de uma geração, se não “para sempre” como os diamantes ou os relógios.

instalação de um conglomerado multinacional, aderindo a normas transparentes de competição, tais como estabelecidas na teoria schumpeteriana: competição impessoal, busca por inovações, manutenção de transações econômicas onde, aí sim, o modelo geral de busca pela rentabilidade é o preponderante. As relações pessoais passariam portanto para um segundo plano, que, num regime institucional, se adequaria mais ao atributo percebido por Becker como “patrimonialismo” (BECKER, 2007, 2012).

A Daslu trava então um conflito entre as normas combinadas, com o Estado em particular, como o repasse de taxas, a adequação às condições alfandegárias de importações e exportações e cálculo de preço final respeitando o valor de fato da peça de origem<sup>26</sup>, e as normas implícitas que mantiveram seu sucesso. As instituições desta vertente transações têm como diretriz a preponderância de laços pessoais e de poder individual para conseguir vantagens enquanto empreendedor privado, o que é lido, na perspectiva estatal, como corrupção, desvio de verba, formação de quadrilha – em suma, crimes já previstos em lei (uma versão explicitada das normas) e passíveis de punição, como ocorreu. Daí o levante de organizações públicas montadas exatamente para combater esse tipo de prática, ou seja, normatizar, de maneira impositiva, o procedimento para uma adequação às normas “boas”, ou seja, aquelas que garantem um não-prejuízo do Estado. Levante esse cuja crítica pelos detentores do empreendimento privado aparece na pergunta “para que vou investir no Brasil se posso ser preso?”. O jornalista Leonardo Sakamoto critica de forma incisiva o que percebe como uma “reação de classe” diante de uma imposição do governo para seguir as normas combinadas. (Sakamoto, 2012)

Pois é, de fato, a restrição do modelo de empreendimento, com um alto repasse ao poder público que faz com que a Daslu caia. A presença não apenas da Receita Federal como da Polícia apontam como, nesse cenário ainda de “capitalismo coordenado”, o monopólio da violência pelo Estado, como preconizava Weber, ainda é lembrado da maneira mais dura àqueles que tentam investir sem manter os devidos tributos em dia. Por outro lado, como o setor de luxo é altamente imbricado com uma camada “de elite”,

---

<sup>26</sup> Na época, ficou em destaque o caso de gravatas da marca italiana Ermenegildo Zegna, revendidas por quase 2 mil reais e cujo valor de importação era de poucos dólares.

a personalização entre os laços individuais e de empreendimento privado é tão forte que o desmanche da Daslu é também o desmanche da sua mentora.

Mas de fato não é possível reerguer a Daslu do mesmo jeito, porque, nos anos 2000, já existe uma competição entre shoppings de luxo pertencentes a holdings imobiliárias, exatamente como as grifes pertencem a conglomerados. A própria gestão desses empreendimentos deixou de ser tarefa de um nome só<sup>27</sup>, e, com a inserção do Brasil enquanto um BRIC, a desconcentração (ainda que muito parcial) de renda da população, a colocação do consumo não apenas como relançador de um crescimento econômico, mas uma via de entrada na posição de “cidadão”, além de uma manutenção de resultados de índices razoáveis num cenário de crise fazem com que os próprios conglomerados possam negociar a sua entrada no mercado de forma autônoma. É possível assim considerar uma dissociação, mesmo que parcial, entre “luxo” e “elite” e “personalização das negociações” nesse novo cenário – o que aponta não apenas para a importância das instituições num quadro econômico mas que um dos “savoir faire” dos empresários é jogar com os diferentes tipos de instituições e estratégias. O nível de alcance da empresa também é importante: enquanto permaneceu pequena, foi possível usufruir dos retornos de instituições personalizadas. Na passagem para a Villa Daslu, essa maneira de fazer negócio era insuficiente, fomentando um clash entre instituições e com o Estado apresentando suas armas para garantir uma preponderância diante de uma iniciativa que sabia se desenvolver nas brechas, mas não de maneira schumpeteriana. Daí também a importância de áreas aparentemente irrelevantes da mídia para acompanhar essa intimidade entre iniciativa privada de setores de nicho de alta renda, e posições de poder: frequentemente, dicas de denúncia aparecem primeiro nas colunas sociais, como no caso da já mencionada Lu Alckmin, que declarou ganhar vestidos enquanto primeira-dama do governo de São Paulo, desencadeando aí um escândalo e uma outra operação de esclarecimento do ocorrido. Outro elemento interessante deste tipo de estudo de caso é a aparição de pessoas que, justamente por terem esse nicho de alta renda como origem

---

<sup>27</sup> Mais novo shopping dedicado ao luxo de São Paulo, o JK Iguatemi pertence à empresa imobiliária JHSF. Já o Village Mall, no Rio, é da Multiplan. A BR Malls também é um dos maiores nomes desse setor.

social e público-alvo dos seus empreendimentos, raramente saem nos jornais. Este caso também serve de porta de entrada incipiente para compilação, por exemplo, de quais famílias interagem com quais em nosso cenário no qual a “elite” ainda é pouco estudada e tende a concentrar não apenas renda, mas também informações acerca de si mesma, como se pensa e quais seus projetos.

## Bibliografia

- Amable, B., & Palombarini, S. (2008). A neorealist approach to institutional change and the diversity of capitalism. *Socio-Economic Review* (07), 123-143.
- Becker, U. (2012, 11 30). Measuring change of Capitalis Varieties: Reflections on Method, Illustrations from the BRICs. *New Political Economy* , 1-30.
- Becker, U. (2007). Open systemness and contested reference frames and change. A reformulation of the varieties of capitalism theory\*. *Socio-Economic Review* (5), 261-286.
- Bizberg, I. (2013). Tipos de capitalismo en América Latina. Ciudad de Mexico, Mexico: El Colegio de Mexico.
- Borges, A. (2006, 10 13). A filha de Alckmin e o contrabando na Daslu. *Novae*.
- Borlina Filho, V. (2012, 02 24). Corpo de Eliana Tranchesini é enterrado após missa com capela lotada. *Folha de São Paulo* .
- Bourdieu, P. (1977). *La distinction. Critique sociale du jugement*. Paris: Éditions de Minuit.
- Bourdieu, P. (2003). O campo científico. In R. Ortiz, *A Sociologia de Pierre Bourdieu*. São Paulo: Olho d'Água.
- Boyer, R. (2012). Diversité et évolution des capitalismes en Amérique latine. De la régulation économique au politique. *Revue de la Régulation* (11), 1-32.
- Brandão, L. (2007). Circuitos subalternos de consumo: sobre cópias baratas, falsificações e quinquilharias. *Comunicação, Mídia e Consumo* , 04 (10), 89-109.
- Brisolla, F. (2012, 05 27). Donas de lojas de grife gastam até R\$ 5 mi em coleções e oferecem serviço VIP a clientela. *Folha de São Paulo* .

- Campbell, C. (2006). Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In L. Barbosa, & C. Campbell, *Cultura, consumo e identidade* (pp. 47-64). Rio de Janeiro: FGV Editora.
- Carneiro Netto, D. D. (2003). Dionisio Dias Carneiro (depoimento, 2000). Rio de Janeiro.
- Cauduro d'Angelo, A. (2006). *Precisar, não precisa. Um olhar sobre o consumo de luxo no Brasil*. São Paulo: Lazuli Editora.
- Douglas, M., & Isherwood, B. (1979). *The World of Goods*. Nova Iorque: Basic Books.
- Fisher, T. (2006). Plásticos: a cultura através das atitudes em relação aos materiais artificiais. In L. Barbosa, & C. Campbell, *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: FGV Editora.
- Folha. (2012, 02 24). Herdeira da Daslu, Eliana Tranchesi morre aos 56 em SP. *Folha de São Paulo* .
- Freire-Medeiros, B. (2009). *Gringo na Laje: produção, circulação e consumo da favela turística*. Rio de Janeiro: FGV Editora.
- Hall, P. A., & Soskice, D. (2011). *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage*. Oxford: Oxford University Press.
- Hall, P. A., & Taylor, R. C. (1996). Political Science and the Three New Institutionalisms. *Political Studies* , XLIV, 936-957.
- Marques Pereira, J., & Théret, B. (1997). Regimes políticos, mediações sociais e trajetórias econômicas. Alguns ensinamentos regulacionistas da divergência entre as economias brasileira e mexicana desde os anos 1970. *Latin American Studies Association* . Guadalajara, Mexico.
- North, D. (1991). Institution. *The Journal of Economic Perspectives* , 05 (01), 97-112.
- Pimentel de Godoy, J. E. (s/d). *Evolução do Sistema Aduaneiro*. Retrieved 07 31, 2013, from Memória da Receita Federal:  
<http://www.receita.fazenda.gov.br/Memoria/aduana/evolucao/default.asp>
- Rodrigues da Costa, A. C., & Rial Pinto da Rocha, É. (2009). Panorama da cadeia produtiva têxtil e de confecções e a questão da inovação. *Revista do BNDES* , s/v, 159-202.

Rodrik, D. (s/d). Goodbye Washington consensus, hello Washington confusion? s/l.

Rolli, C. (2012, 02 24). Problemas na Daslu começaram em 2005 com operação da PF. *Folha de São Paulo* .

Sakamoto, L. (2012, 02 26). Morre ex-dona da Daslu, que tornou hype sonegar. *Blog do Sakamoto* .

Smith, A. (2012). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Ware: Wordsworth Editions.

Soares, C. E. (2013). *O Monograma faz o Baú: um estudo sobre consumo, mercado e pirataria*. Rio de Janeiro: Dissertação de mestrado do Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Stiglitz, J. E. (2002). Hacia una nueva agenda de desarrollo para América Latina. *Apuntes del CENES* (pp. 7-34). Santiago, Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

Taschner, G. (2009). *Cultura, consumo e cidadania*. Bauru: Editora da Universidade do Sagrado Coração.

Trigilia, C. (2005). Economic Sociology. In J. Beckert, & M. Zafirovski, *International Encyclopedia of Economic Sociology*. Londres; Nova Iorque: Routledge.

Weber, M. (2004). *Economia e Sociedade. Fundamentos da sociologia compreensiva*. Brasília; São Paulo: Editora UnB; Imprensa Oficial.