

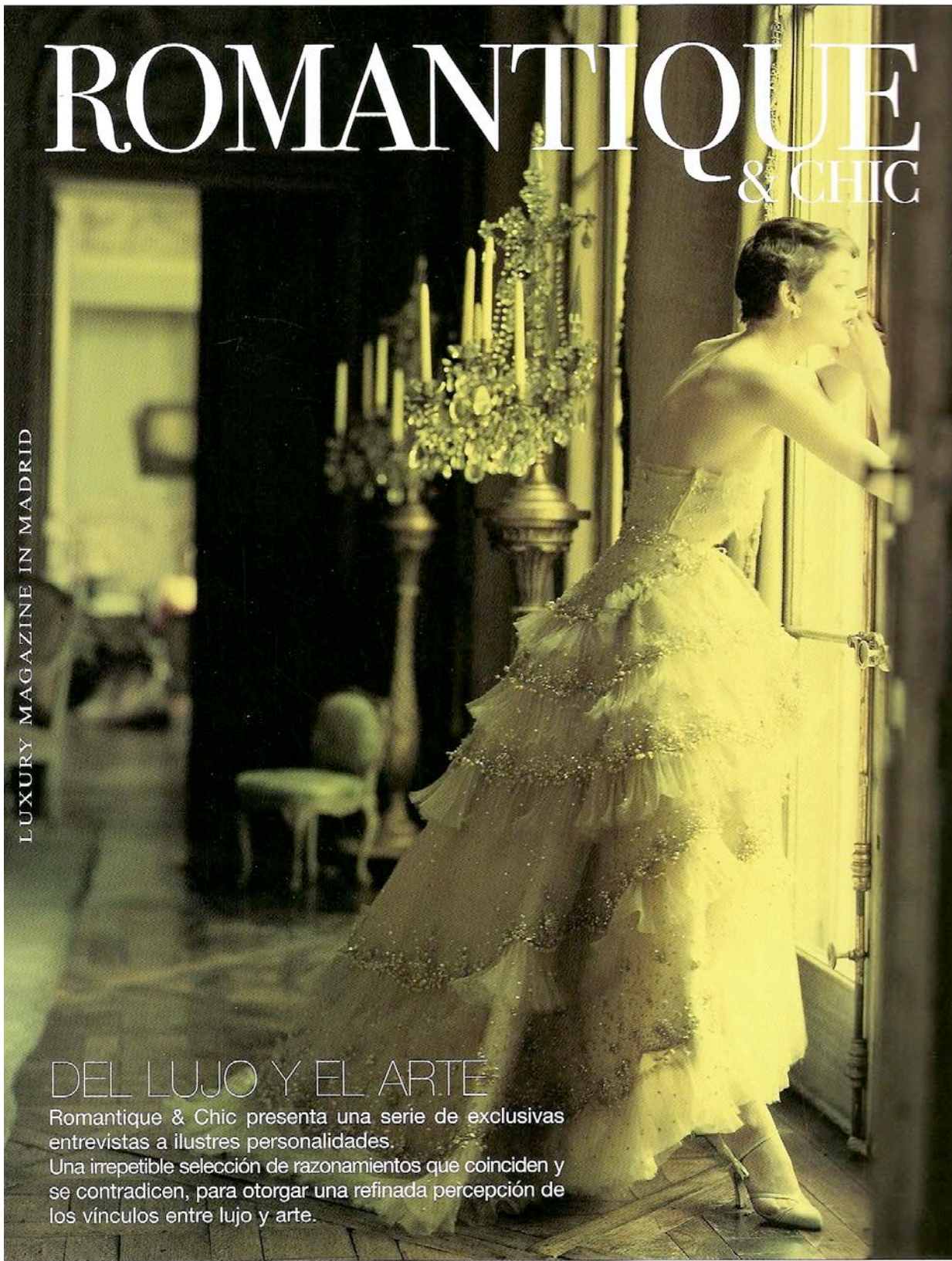
ROMANTIQUE & CHIC

LUXURY MAGAZINE IN MADRID

DEL LUJO Y EL ARTE

Romantique & Chic presenta una serie de exclusivas entrevistas a ilustres personalidades.

Una irrepetible selección de razonamientos que coinciden y se contradicen, para otorgar una refinada percepción de los vínculos entre lujo y arte.





Oscar Wilde decía que los objetos le dan al hombre más seguridad que la propia religión

SUSANA CAMPUZANO GARCIA

Marketing Director de Value Retail
(Autora del libro "El Universo del Lujo")

El lujo puede desvelarnos pulsiones no exploradas como el deseo de sensualidad.

Etimológicamente, la palabra lujo viene del latín *luxus*, que significa atraer mediante algo a aquellas personas que tienen la sensibilidad o facultades para sentirse atraídas. Con lo cual, el lujo, ya en su definición etimológica, es limitativo. En realidad, el lujo es el uso superior de los sentidos o, en todo caso, el ejercicio gozoso de los sentidos. Tanto el lujo como el arte tienen la capacidad de desvelar facetas desconocidas de nosotros mismos. Aunque el lujo se esconde bajo apariencias distantes, frías, monumentales, grandiosas, sirve como revulsivo para despertar pulsiones internas, facetas ocultas, pasiones no descubiertas. Al igual que la contemplación de una obra despierta nuestro lado más trágico o un buen libro nuestra profundidad de análisis, el lujo puede desvelarnos pulsiones no exploradas como el deseo de sensualidad o, por el ejemplo, el ansia de admiración o de superioridad. El lujo es un continuo provocador de nuestros sueños más profundos, actúa como un espejo de nuestro yo más oculto. Por ello siempre se le ha censurado a lo largo de la historia, porque provoca el ascenso, el cambio, porque alimenta una continua insatisfacción y deseo de adquisición constante. Los bienes "innecesarios" que procura el lujo se convierten pronto en necesidad. Y es que lo que despierta ese lujo aparentemente tan tangible y marmóreo resulta que es inmaterial... Por ello empiezo mi libro con las palabras de la protagonista de "Desayuno en Tiffany,s" cuando dice que "si encontrara un lugar en el mundo en el que me sintiera como me siento en Tiffany,s me compraría unos cuantos muebles y le pondría nombre al gato". La protagonista encuentra en el ambiente de riqueza y suntuosidad de Tiffany,s las premisas que ella necesitaría para comportarse socialmente con criterios de normalidad. En el fondo, se refiere a que ella es bohemnia porque la normalidad le aburre, pero si la seguridad se envolviera en glamour, entonces si estaría dispuesta a transgredir. El lujo produce calma porque se asocia a valores de seguridad, de bienestar, y porque es un símbolo de status. El lujo siempre es un estadio superior al confort y posee una fuerte simbología social de admiración y reconocimiento. ¿Cómo no va a producir seguridad el saber que con un vehículo prestigioso podemos acceder a cualquier sitio y que sólo por ese hecho nos van a procurar todo tipo de atenciones? Oscar Wilde decía que los objetos le dan al hombre más seguridad que la propia religión y la seguridad produce la calma. Por otro lado la emoción que producen este tipo de objetos está muy relacionada con las sensaciones que produce el arte. En cualquier caso, el legado de contenido que posee el arte no lo ha poseído la artesanía o el lujo, que es más amable y basado en lo puramente formal. La función del lujo ha sido hacer a los hombres felices, la función del arte es mucho más compleja.

Mi lujo personal han sido las horas que pude pasar escribiendo "El Universo del Lujo"; esas horas fueron de los mayores lujos que he podido permitirme en mi vida. Cuando se está haciendo algo en lo que todo fluye es para mí un gran lujo.