ENSAIO TEÓRICO: O DILEMA ENTRE A ERA DIGITAL E O MERCADO DE LUXO - como conciliar a exclusividade e tradição do luxo com a democratização e exposição massiva do digital

THEORETICAL ESSAY: THE DILEMMA BETWEEN THE DIGITAL ERA AND THE LUXURY MARKET — how to reconcile the exclusivity and tradition of luxury with the democratization and massive exposure of the digital wor

JULIANA RIBEIRO GARCIA DONZELLI
UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

LEONARDO VILS
UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

EDUARDO MESQUITA
ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM

Comunicação:
O XIV SINGEP foi realizado em conjunto com a 14th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) e com a SPARK (Society for Promoting Academic Research and Knowledge), em formato híbrido, com sede presencial na UNINOVE - Universidade Nove de Julho, no Brasil.

Agradecimento à orgão de fomento:
O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

ENSAIO TEÓRICO: O DILEMA ENTRE A ERA DIGITAL E O MERCADO DE LUXO - como conciliar a exclusividade e tradição do luxo com a democratização e exposição massiva do digital

Objetivo do estudo
Examinar como marcas de luxo integram IA, AR/VR, omnicanalidade, NFTs, metaverso e Web3 para ampliar engajamento sem comprometer exclusividade e valor simbólico. O ensaio aborda paradoxos digitais, riscos tecnológicos e estratégias para preservar a "aura" do luxo, propondo o modelo "luxo conectado".

Relevância/originalidade
O estudo integra, em um único framework, fundamentos do luxo, capacidades digitais e tecnologias emergentes, articulando os paradoxos entre democratização digital e manutenção da distância simbólica que sustenta a desejabilidade das marcas de luxo.

Metodologia/abordagem
Ensaio teórico qualitativo e interpretativo, baseado em revisão teórico-conceitual crítica de estudos indexados na Web of Science e Scopus. A literatura foi integrada para identificar convergências, lacunas e tensões, resultando em um modelo conceitual e proposições de pesquisa futuras.

Principais resultados
A transformação digital desloca o luxo da escassez material para experiências híbridas, personalização e narrativa. A preservação da "aura" requer curadoria de canais, rarefação seletiva e storytelling. Tecnologias Web3/NFTs podem fortalecer autenticidade e pertencimento, mas também ampliam riscos de especulação e segurança.

Contribuições teóricas/metodológicas
Define "aura" como constructo multidimensional do luxo digital e propõe o modelo integrador do "luxo conectado", articulando fundamentos do luxo, capacidades digitais e preservação simbólica. Também formula proposições sobre IA, AR/VR, governança de dados e token-gating na exclusividade percebida, confiança e lealdade.

Contribuições sociais/para a gestão
Oferece diretrizes para jornadas omnicanal com consistência estética e de serviço, posicionando privacidade e cibersegurança como dimensões do prestígio no luxo. Recomenda usar IA para elevar o atendimento e integrar Web3/NFTs com parcimônia, priorizando autenticação, proveniência e experiências exclusivas sobre iniciativas especulativas.

Palavras-chave: Luxo, Transformação digital, Experiência do consumidor, Web3, Omnicanalidade

THEORETICAL ESSAY: THE DILEMMA BETWEEN THE DIGITAL ERA AND THE LUXURY MARKET — how to reconcile the exclusivity and tradition of luxury with the democratization and massive exposure of the digital wor

Study purpose
Examine how luxury brands integrate AI, AR/VR, omnichannel strategies, NFTs, the metaverse, and Web3 to enhance engagement without compromising exclusivity and symbolic value. The essay discusses digital paradoxes, technological risks, and strategies to preserve luxury "aura," proposing the "connected luxury" model.

Relevance / originality
The study integrates luxury foundations, digital capabilities, and emerging technologies into a single framework, articulating the paradoxes between digital democratization and the maintenance of symbolic distance that sustains the desirability of luxury brands.

Methodology / approach
Qualitative and interpretive theoretical essay based on a critical theoretical-conceptual review of studies indexed in Web of Science and Scopus. The literature was integrated to identify convergences, gaps, and tensions, resulting in a conceptual model and future research propositions.

Main results
Digital transformation shifts luxury from material scarcity toward hybrid experiences, personalization, and storytelling. Preserving luxury "aura" requires channel curation, selective scarcity, and storytelling. Web3/NFT technologies may strengthen authenticity and belonging, but also increase risks related to speculation and security.

Theoretical / methodological contributions
Defines "aura" as a multidimensional construct of digital luxury and proposes the integrative "connected luxury" model, articulating luxury foundations, digital capabilities, and symbolic preservation. It also formulates propositions regarding AI, AR/VR, data governance, and token-gating in perceived exclusivity, trust, and loyalty.

Social / management contributions
Provides guidelines for omnichannel journeys with aesthetic and service consistency, positioning privacy and cybersecurity as dimensions of prestige in luxury. It recommends using AI to enhance service and integrating Web3/NFTs cautiously, prioritizing authentication, provenance, and exclusive experiences over speculative initiatives.

Keywords: Luxury, Digital transformation, Consumer experience, Web3, Omnichannel