

**PROIBIDA A ENTRADA: CAMPO SOCIAL,
HABITUS E ESTILO DE VIDA DAS “FAMÍLIAS
QUATROCENTONAS BRASILEIRAS” À LUZ
DA TEORIA DE PIERRE BOURDIEU**

*Igor Cavallini Jobansen**

RESUMO: Tem-se por objetivo, neste trabalho, analisar por meio do ferramental teórico-metodológico concebido por Pierre Bourdieu o processo de busca de ascensão social de Madame X, brasileira que, após conquistar sucesso econômico, almeja ser aceita no seletivo grupo das elites paulistanas, especialmente as tradicionais “famílias quatrocentonas”, encontrando nesse empreendimento barreiras que vão além daquilo que seu dinheiro pode comprar.

PALAVRAS-CHAVE: campo social; *habitus*, gosto e estilo de vida; “famílias quatrocentonas”; Madame X.

ABSTRACT: This work has been designed to examine through the theoretical and methodological tools developed by Pierre Bourdieu the seeking to upward mobility from Madame X, Brazilian who, after achieving economic success, aims to be accepted into the select group of elites in São Paulo, specially the traditional “families of four hundred years”, finding along this enterprise barriers that go beyond what money can buy.

KEYWORDS: social field; *habitus*, liking and lifestyle; “families of four hundred years”; Madame X.

INTRODUÇÃO

Os conceitos de campo social e *habitus* auferidos da teoria sociológica de Pierre Bourdieu (1930-2002) auxiliam na compreensão das atitudes de Madame X¹, 36 anos, ex-vendedora de cosméticos que enriqueceu e cuja maior aspiração é ser aceita pela tradicional elite paulistana. Madame X conquistou capital econômico recentemente através de negócios bem sucedidos e da relação conjugal (ainda em vias de se consolidar em casamento) com um importante empresário brasileiro da área de gêneros alimentícios. Entretanto, a relutância dos componentes das “famílias quatrocentonas” de São Paulo em aceitá-la como parte dos seus membros legítimos a incomoda profundamente.

Madame X é a segunda dos quatro filhos de um casal de agricultores, que nasceu no interior do Paraná e sempre teve como sonho morar em São Paulo, para onde se mudou definitivamente em 2009. Ainda menor de idade, começou a ganhar dinheiro vendendo cosméticos porta a porta. Na adolescência, tornou-se modelo e passou quatro anos na Itália, voltando ao Brasil para montar uma transportadora em sociedade com um dos irmãos.

Em 2005 passou a viver com Monsier Y, dono de um frigorífico que lucrou no ano de 2010 cerca de 1,2 bilhão de reais. O casal tem dois filhos gêmeos de cinco anos e ainda não são casados oficialmente porque o companheiro está em processo de divórcio com sua ex-mulher. Com a ascensão econômica, Madame X investiu maciçamente em sua imagem. Contratou um cabeleireiro e maquiador ex-funcionário de um dos salões mais importantes da cidade de São Paulo, pagando ao profissional cerca de R\$8.000,00 por mês para tê-lo 24h à sua disposição.

Em 2009, contratou uma importante promoter para organizar seu aniversário de 35 anos. Dentre os 150 convidados, parte deles era desconhecida

¹ O codinome “Madame X” será utilizado para evitar que se exponha o verdadeiro nome da pessoa cujo processo de ascensão social é analisado. O caso de Madame X desperta interesse apenas a partir das suas características que demonstram capacidade de generalização, isto é, aquelas capazes de permitir a compreensão de outros casos semelhantes inseridos em processos sociais análogos ou da mesma natureza.

da anfitriã. A festa com show do cantor Paulo Ricardo custou cerca de R\$ 150.000,00. O investimento teria valido a pena, pois, nessa ocasião, Madame X foi convidada pelo apresentador de um programa de televisão para apresentar um quadro na TV abordando o mercado de luxo. Para gravar esse quadro, Madame X já realizou viagens à Itália, aos Estados Unidos e ao Canadá, sempre na primeira classe e se hospedando em hotéis cinco-estrelas, tudo pago do próprio bolso. Entretanto, a resistência da elite paulistana à aceitação da sua ascensão social persiste: “As famílias antigas ainda têm muita resistência a aceitar essa turma que vem de baixo”, afirma o diretor do curso de gestão de luxo da Fundação Armando Álvares Penteado (Batista Jr., 2011). Assim, a “alta sociedade” continua valendo-se de critérios como “berço” e “sobrenome” para cercear os interesses daqueles que almejam a ascensão social. Fátima Scarpa, filha de Francisco e Patsy Scarpa, um dos casais mais tradicionais da cidade de São Paulo, assevera: “Madame X? Nunca ouvi falar”. Segundo Fátima, vestir-se de grifes da cabeça aos pés é indicador de “jequice”. Do mesmo modo, em comentário no site da Revista Veja São Paulo, cuja edição de maio de 2011 teve como capa a própria Madame X, Rosângela Lyra, diretora da marca Dior no Brasil, afirma: “[Madame X] é jovem e rica, mas não acredito que sua forma de ser suscite inveja, e sim constrangimento e até pena. Vou rezar muito por ela”. Madame X rebate: “Muitas ficam com inveja porque sou mais linda, mais magra, mais rica e mais jovem que elas” (Batista Jr., 2011).

A pretendente à ascensão social (porque a ascensão econômica já se realizou) é o exemplo de que a entrada num jogo demanda um investimento que, no limite, compreende a própria vida, mas, em geral, a intenção de uma prática e seu resultado não coincidem. Sociologicamente, importa verificar como essas motivações influenciam suas ações atuais, não se elas realmente atingem o resultado esperado.

Baseada em uma ampla gama de fontes como entrevistas, memórias, legislações específicas sobre a família, anuários estatísticos e fotografias, a obra “Os paulistas de quatrocentos anos: ser e parecer”, da autora Maria Helena Bueno Trigo (2001), reconstrói as bases materiais e os valores simbólicos que consolidaram as alianças internas de um seletivo grupo de famílias de cafeicultores paulistas – um grupo social que manteve ao longo do século XX forte influência

sobre a vida econômica, política e social de São Paulo. Utilizando os instrumentos analíticos desenvolvidos por Pierre Bourdieu, o objetivo da autora foi apresentar as características do tipo de formação social à qual esse grupo esteve exposto e como isso ensejou a formação de um *habitus* específico. A partir dessa obra, busca-se analisar as regras – assim como as lutas – inerentes ao campo social e ao *habitus* da elite paulistana, em especial das tradicionais “famílias quatrocentonas”, uma das facções dessa classe dominante.

O CAMPO SOCIAL DAS “FAMÍLIAS QUATROCENTONAS” PAULISTANAS

De acordo com Trigo (2001), o campo social no qual se inserem as classes dominantes paulistanas, especialmente as chamadas “famílias quatrocentonas”, é resultado de condições históricas que esse grupo viveu, condições estas responsáveis pela formação de um *habitus* específico. O grupo de cafeicultores ganhou prestígio econômico e político principalmente ao longo da Primeira República, que acentuou um sistema político-econômico que já vinha do Império: a dominação das oligarquias. Esse grupo pode ser visto como um dos segmentos da classe dominante, sendo composto por um pequeno número de famílias que, em pouco tempo, tornaram-se donas de grandes latifúndios.

Esse conjunto de famílias sempre se orgulhava da sua descendência de colonizadores do século XVI, os “construtores épicos do Brasil”, versão lendária do bandeirante². Portanto, a versão oficial era a de que teriam herdado traços de caráter como grandeza, coragem e independência do bandeirante, auto-imagem que se cristalizou durante as últimas décadas do século XIX e foi um dos responsáveis pela manutenção da coesão identitária do grupo até os dias atuais.

² Entretanto, “[a] pesar de uma intensa divulgação de mitos, parece que as origens de grande parte dos cafeicultores não iam além do século XVII, e no início das dinastias encontravam-se tropeiros ou comerciantes enriquecidos que tinham aplicado seu capital em propriedades fundiárias”. (Trigo, 2001, p. 30)

Pierre Bourdieu contribui para a análise desse grupo social específico principalmente a partir da elaboração da noção de campo social. Sua crítica tem por foco a insuficiência da teoria marxista das classes pela redução do mundo social às lutas inerentes ao campo econômico:

As insuficiências da teoria marxista das classes e, sobretudo, a sua incapacidade de explicar o conjunto das diferenças objetivamente provadas, resultam de que, ao reduzir o mundo social unicamente ao campo econômico, ela se vê obrigada a definir a posição social em referência unicamente à posição nas relações de produção econômica, ignorando com isso as posições ocupadas nos diferentes campos e subcampos – sobretudo nas relações de produção cultural [...]. (Bourdieu, 2003c, pp. 152-153).

Para suprir essa lacuna, o autor lança mão do conceito de *campo social*, no qual dominantes e dominados não necessariamente figuram como grupos antagonistas. O autor compreende campos sociais como estruturas estruturadas e estruturantes³ que se apresentam à apreensão sincrônica, isto é, tendem a se reproduzir no tempo; possuindo leis gerais (há certa universalidade no funcionamento de todos os campos), mas também propriedades específicas. Nesse sentido, a dominação para o autor não é o resultado de um conjunto de agentes, mas da estrutura do campo que domina, inclusive, o grupo dominante⁴.

Cada posição no campo não tem valor intrínseco, mas apenas porque é comparada a outras posições; seu valor, por conseguinte, é relacional. Para

³ A estrutura, ao mesmo tempo em que é base das ações, também está constantemente ameaçada, ao passo que na própria estrutura estão as estratégias destinadas a transformá-la. De acordo com essa teoria, a estrutura social é comparada a uma topologia social, enquanto o estudo das estruturas desiguais de poder. Tal topologia não é fixa, mas cambiante, pois deve compreender a análise dinâmica da conservação e transformação do espaço social. Essas transformações decorrem das ações humanas, de modo que o equilíbrio no interior do campo está sempre ameaçado. (Bourdieu, 1996).

⁴ A dominação é o efeito indireto de um conjunto de ações. Mesmo para as classes dominantes toda a capacidade de ação é dada pelo campo. (Bourdieu, 1996).

o sociólogo francês, desse modo, as classificações são sempre relacionais e resultantes de uma luta pelo poder no interior do campo social:

Pode-se descrever o campo social como um espaço multidimensional de posições tal que qualquer posição atual pode ser definida em função de um sistema multidimensional de coordenadas cujos valores correspondem aos valores das diferentes variáveis pertinentes: os agentes distribuem-se assim nele, na primeira dimensão, segundo o volume global do capital que possuem e, na segunda dimensão, segundo a composição do seu capital – quer dizer, segundo o peso relativo das diferentes espécies de posses (Bourdieu, 2003c, p. 135).

Bourdieu (1983) aponta que em cada campo se encontrará uma luta, que ocorre entre *o novo* que está entrando e tenta buscar o direito de entrada e *o dominante*, que busca defender o monopólio e excluir a concorrência. Essa luta decorre do fato de que cada campo tem seus objetos de disputas: “Para que um campo funcione, é preciso que haja objetos de disputas e pessoas prontas para disputar o jogo, dotadas de *habitus* que impliquem no conhecimento e no reconhecimento das leis imanentes do jogo, dos objetos das disputas, etc.” (Bourdieu, 1983, p. 89)⁵. Aquilo que tem de ser buscado na análise de uma realidade são os objetos de disputas e os interesses específicos no interior de cada campo social, para isso sendo necessário analisar os lugares sociais determinados.

O HABITUS DE UM GRUPO SOCIAL DOMINANTE

O conceito de *habitus* se relaciona à ideia de estrutura, de modo que se desvendando o *habitus* de um campo se caminha, paulatinamente, à revelação

⁵ Por exemplo: o campo da ciência se define pela concorrência em torno da legitimidade científica.

das suas estruturas latentes. Diferentes *habitus* se sobrepõe a um mesmo indivíduo (ex. família, classe, trabalho, país, etc.), do mesmo modo que cada pessoa é perpassada por diversos campos sociais.

Uma das definições de *habitus*, noção central no pensamento do autor, aprimorada ao longo das suas obras, é a seguinte:

O *habitus*, sistema de disposições adquiridas pela aprendizagem implícita ou explícita que funciona como um sistema de esquemas geradores, é gerador de estratégias que podem ser objetivamente afins aos interesses objetivos de seus autores sem terem sido expressamente concebidas para este fim (Bourdieu, 1983, p. 94).

Algumas das disposições interiorizadas pelo grupo de famílias de cafeicultores na vivência das suas posições de classe culminaram na formação de um *habitus* específico, percebido através de características da sua atitude e postura: “o grupo guarda distância, não permite maiores aproximações e intimidades, seleciona aqueles a quem concede algum contato” (Trigo, 2001, p. 37). A autora completa:

Longe das premências, o grupo desenvolvia disposições e práticas que continham em si uma exibição de liberdade, de naturalidade e de desinteresse material. Uma afirmação de poder sobre as necessidades que lhes davam direito (pelo menos era essa a representação que faziam de sua posição) de reivindicar a superioridade legítima sobre os que viviam presos às contingências e dominados pelos interesses e urgências. Instituíam, assim, um gosto estético e um estilo de vida dirigido ao belo e ao bom, que se opunha a um mundo utilitário, pautado por trivialidade (Trigo, 2001, p. 38).

Essas atitudes têm o sentido de deixar evidente a posição que o grupo ocupa na hierarquia social, identificando-se através de sinais de distinção. Em

consonância com essas afirmações, nas entrevistas realizadas por Trigo (2001) com membros desse seletivo grupo, a postura e a atitude dos entrevistados é de afirmar e reafirmar seus sinais de distinção, isto é, identificar-se como um grupo social dominante.

AS PREFERÊNCIAS DISTINTIVAS DE MADAME X: O CONSUMO

Madame X realiza uma série de atividades na tentativa de compartilhar do *habitus* da classe dominante paulistana, mas sua rotina diretamente vinculada ao imediato e materialmente interessado evidencia que não compreende os sinais de distinção prezados pelo grupo ao qual almeja pertencer:

- Madame X peregrina pelas butikues dos Jardins pelo menos uma vez por semana. Também recebe em casa roupas das novas coleções de marcas como NK Store e Roberto Cavalli;
- Ela vai a pelo menos cinco compromissos sociais por semana. Também não economiza na hora de realizar seus próprios eventos;
- Jamais sai de casa sem estar devidamente montada. Ou seja: maquiada, penteada e vestida de grife da cabeça aos pés;
- Em seu apartamento de R\$ 14 milhões tem um sofá ovalado da designer espanhola Patricia Urquiola, de R\$ 80.000,00; abajur do tamanho natural de um cavalo da marca holandesa Moooi, de R\$ 50.000,00; e poltrona de couro assinada por Oscar Niemeyer, de R\$ 40.000,00 (todas as cifras propositalmente divulgadas pela própria Madame X);
- Toma champanhe em taça banhada a ouro importada da Noruega;
- No que diz respeito a joias, gosta de pedras grandes e adornadas com brilhantes. “Hello, jamais saio de casa sem estar com algum brilhante. Seria o mesmo que estar pelada”;
- Dentre seus ídolos estão Beth Szafir (“Sabe se vestir bem e de forma adequada à sua idade”); Maythe Birman (“O visual básico dela é extremamente glamoroso, nunca está desleixada”); e Luiza Brunet (“Está sempre feminina e sexy. Seja pelos vestidos ou pelo olhar”);

• Filosofia: “Empresa boa e mulher bonita não quebram. Trocam de proprietário”. (Batista Jr., 2011).

Madame X afirma que não usa mais as bolsas da Louis Vuitton por achar que estão muito “pobrinhas”. “Até babá tem usado, credo” (Batista Jr., 2011). Sabe-se que os gostos mudam quando aquilo que era considerado luxo torna-se banal.

Assim, os gostos obedecem a uma espécie de lei de Engels generalizada: em cada nível de distribuição, aquilo que é raro, luxo inacessível ou fantasia absurda para os ocupantes do nível anterior ou inferior, torna-se banal ou comum e relegado à ordem do necessário e do evidente mediante o aparecimento de novos consumos, mais raros e, portanto, distintivos. (BOURDIEU, 2003b, p. 76).

Da mesma forma, o consumo compreende uma forma de distinção das classes: “Nada distingue com mais rigor as classes do que as disposições e as competências objetivamente exigidas pelo consumo legítimo das obras legítimas”. (Bourdieu, 2003b, p. 80). Na joalheria Jack Vartanian, dentro da NK Store, quando uma vendedora mostra à Madame X um anel de R\$1.700,00, ela indigna-se e rejeita a oferta: “Hello, é tão baratinho que eu iria encontrar muita gente usando”. (Batista Jr., 2011).

O *gosto* diz respeito a uma tendência a escolher determinado *estilo de vida*, este que é um conjunto de preferências. As condições materiais de existência não são diretamente determinantes para o estilo de vida, nem para o *habitus*, *Todos os itálicos* mas têm o poder de limitá-los. Sendo assim, o *habitus* rege o comportamento, *itálicos* mas o estilo de vida é uma possibilidade de escolha. Diante dessas considerações, evidencia-se que as noções de gosto e estilo de vida apresentam-se diretamente relacionadas:

O gosto, propensão e aptidão à apropriação material e/ou simbólica de uma categoria de objetos ou práticas classificadas e classificadoras, é a fórmula generativa que está no princípio do estilo de vida. Este é um conjunto

unitário de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada subespaço simbólico (móvel, vestimentas, linguagem ou *hécis* corporal), a mesma intenção expressiva, princípio da *unidade de estilo* que se entrega diretamente à intuição e que a análise destrói ao recortá-lo em universos separados (Bourdieu, 2003b, p. 74).

O autor indica que cada dimensão do estilo de vida simboliza todas as outras, assim, “as oposições entre as classes se exprimem tanto no uso da fotografia e na quantidade ou qualidade das bebidas consumidas quanto nas preferências em pintura ou música” (Bourdieu, 2003b, p. 75). No entanto, a legitimidade da disposição pura leva a esquecer que a definição de arte é um lugar de luta entre as classes sociais.

A DISTINÇÃO DAS “FAMÍLIAS DE QUATROCENTOS ANOS”: A TRADIÇÃO

Todo sistema simbólico é um sistema de comunicação e também de conhecimento. O poder simbólico é, dessa maneira, um poder cognitivo. Assim, toda concordância aparentemente espontânea é sempre interessada e contém algum tipo de coerção, mesmo inconsciente. É através da comunicação que os sistemas simbólicos se reproduzem, assegurando a dominação de uma classe sobre a outra, legitimando essa dominação na medida em que aparece como consenso, apesar de consistir, na realidade, em coerção (Bourdieu, 2003a).

A distinção, conforme Bourdieu (2003c), “[...] é a diferença inscrita na própria estrutura do espaço social quando percebida segundo as categorias apropriadas a essa estrutura [...]” (p. 144). Diretamente relacionado à noção de distinção está o conceito de capital simbólico:

O capital simbólico – outro nome da distinção – não é outra coisa senão o capital, qualquer que seja a sua espécie, quando percebido por um agente dotado de categorias de percepção resultantes da incorporação da estrutura da sua distribuição,

quer dizer, quando conhecido e reconhecido como algo de óbvio (Bourdieu, 2003c, p. 145)

A década de 1930 e em diante marca no Brasil um momento em que a dominação dos grupos cafeicultores tradicionais estava ameaçada do ponto de vista econômico pela ascensão social de estrangeiros enriquecidos, a estratégia era fechar o grupo, preservando sua identidade e procurando outros sinais de distinção que não os materiais. Dessa maneira, além das alusões ao capital baseado em valores culturais, há uma sobrevalorização da herança de nomes importantes e títulos de nobreza, bases de um sólido capital simbólico:

Em uma sociedade em que a mobilidade era um fato, a ascensão de classe era uma possibilidade e o dinheiro mudava de mão com relativa facilidade, os tradicionais cafeicultores empenhavam-se em marcar seu *status* de tradicionais, com origens reconhecidas e consagradas. [...] Foi com apoio nesse capital social que muitas das famílias cafeicultoras sobreviveram à derrocada econômica, sem mudar a imagem que tinham de si mesmas [...]. (Trigo, 2001, p 40).

Essa valorização do capital simbólico, legitimado por nome e sangue, serviu de identificação do grupo: “(...) *antigamente, o nome representava muito mais que hoje; era a garantia das pessoas de bem... não é questão de dinheiro, é de costumes... não é questão do orgulho de pertencer a uma determinada família, mas é que nome é garantia de caráter (...)*. (Trigo, 2001, p. 77, grifo nosso).

Madame X entra nessa disputa, questionando os princípios legítimos de divisão do campo social no qual anseia se inserir: “Dinheiro troca de mão, e sobrenome não garante status. O mundo gira!” (Assmann, 2011). Esse, aliás, é o paradoxo de Madame X: ao mesmo tempo em que critica esses princípios de divisão do campo social estabelecidos pelo grupo dominante, lança mão de todos os artifícios que tem à sua disposição – principalmente aqueles pelos quais pode pagar – para ser aceita como membro legítimo desse seletivo grupo.

Esse paradoxo é explicado por Pierre Bourdieu. A estrutura do campo é compreendida pelo estado da relação entre os agentes (ou as instituições) engajados na luta da distribuição do capital específico (Bourdieu, 1983). A relação de força se dá entre a ortodoxia, por parte daqueles que monopolizam o capital específico, e a heresia, realizada por aqueles que possuem menos capital, isto é, os recém-chegados:

Aqueles que, num estado determinado da relação de força, monopolizam (mais ou menos completamente) o capital específico, fundamento do poder ou da autoridade específica característica de um campo, tendem a estratégias de conservação – aquelas que nos campos da produção de bens culturais tendem à ortodoxia –, enquanto os que possuem menos capital (que frequentemente são também os recém-chegados e portanto, na maioria das vezes, os mais jovens) tendem à estratégias de subversão – as da heresia (Bourdieu, 1983, p. 90).

Todavia, os que participam da luta contribuem para a reprodução da crença no valor daquilo que está sendo disputado. Os recém-chegados realizam subversões apenas até certos limites, não colocando em questão os próprios fundamentos do jogo, “o pedestal das crenças últimas sobre as quais repousa o jogo inteiro” (Bourdieu, 1983, p. 91).

“EDUCAÇÃO VEM DE BERÇO”

A ideologia do gosto natural fica evidente na fala de Ana Maria Velloso, esposa do empresário Paulo Velloso, sócio da Editora Melhoramentos: “*Não basta ficar rico, é preciso herdar educação e refinamento*” (Batista Jr., 2011, grifo nosso). Torna-se clara nessa afirmação a ideia de que educação e refinamento são herdados e, portanto, não legitimamente reconhecidos quando adquiridos tardiamente, restringindo tais habilidades àqueles que são descendentes de famílias já tradicionais e corroborando com a ideia de que “educação vem de

berço”. Esse pensamento compreende a *ideologia do gosto natural*, que naturaliza as diferenças reais, derivadas do modo de aquisição da cultura:

Assim, a ideologia do gosto natural, [...] obtém sua aparência e eficácia daquilo que, como todas as estratégias ideológicas que se engendram na luta de classes cotidiana, ela naturaliza as diferenças reais, convertendo em diferenças de natureza aquelas derivadas do modo de aquisição da cultura (Bourdieu, 2003b, p. 86).

O sociólogo francês combate o *substancialismo* que consiste em considerar o valor das coisas por si mesmas e não por algo socialmente atribuído a elas. Ao realizar essa afirmação, o sociólogo francês ressalta que não há substancialmente um gosto mais refinado que outro, mas traços selecionados da realidade, mais ou menos como escolhas, que hierarquizam as representações. O pensamento substancialista se restringe a entender a realidade de modo não-relacional, exatamente o oposto dos procedimentos epistemológicos sugeridos pelo autor para analisar a realidade social.) O autor afirma:

Por meio das modalidades de competência cultural e de utilização, a ideologia do gosto natural opõe dois modos de aquisição da cultura: o aprendizado total, precoce e insensível, levado a efeito desde a primeira infância no seio da família, e o aprendizado tardio, metódico, *acelerado*, assegurado por uma ação pedagógica explícita e expressa (Bourdieu, 2003b, p. 88, grifo do autor).

Dentre esses dois modos de aquisição da cultura, o aprendizado precoce garante aos seus detentores a certeza de deter a legitimidade cultural, enquanto herdeiros legítimos, que possuem o princípio do desembaraço e o reconhecimento pela excelência:

Esse primeiro aprendizado confere certeza de si, correlativa à certeza de deter a legitimidade cultural, verdadeiro princípio do desembaraço ao qual identificamos a excelência. Ele produz uma relação familiar mais próxima e desenvolta com a cultura como um bem de família que sempre conhecemos e do qual nos sentimos herdeiros legítimos. A música não são os discos e a eletrola, graças aos quais descobrimos Bach e Vivaldi, mas o piano da família, ouvido desde a infância e vagamente praticado até a adolescência; a pintura não são os museus, de repente descobertos no prolongamento de um aprendizado escolar, mas o cenário do universo familiar (Bourdieu, 2003b, p. 88).

Trigo (2001) percebe entre seus entrevistados uma interessante *apologia pela aprendizagem precoce*, pelo *gosto natural*, forma de elogio da sua experiência familiar. Essa apologia pode ser percebida na utilização frequente da expressão “ter berço”, em referência explícita do grupo ao aprendizado precoce de um capital simbólico, realizada através de constantes alusões a um capital baseado em valores culturais, como o gosto pela leitura literária e pela pintura, assim como a posse de um conjunto de credenciais específicas – a instituição escolar frequentada, por exemplo.

(...) essas naturezas-mortas [mostra os quadros da sala] são de Pedro Alexandrino e Batista da Costa (...) desde muito cedo em minha vida habituei-me a vê-los na parede da casa de meus avós (...).

(...) o que o berço dá, nem a morte há de tirar (...).

(...) só quem tomou de chá em pequeno pode saber certas coisas (...). (Trigo, 2011, p. 38)⁶.

Essa forma de perceber fundamenta a ideologia do gosto natural, aprendido tão precocemente que aparece como inscrito na natureza. Fica claro o caráter não histórico dessa percepção. Para reforçar essa ideologia,

⁶ Esses são trechos de depoimentos dos próprios entrevistados pela autora.

esse grupo restrito desenvolveu a teoria do *verniz cultural*, a partir da qual desqualifica-se aqueles que apenas tardiamente tiveram contato com o aprendizado socialmente valorizado:

(...) surgem os novos e despreparados querendo aprender, mas comprando gato por lebre (...).
(...) é gente sem tradição e preparo que faz grandes exposições – os *nouveaux riches*⁷ (...).
(...) no meu tempo de Faculdade de Direito já havia moços muito ricos, milionários (...) já dessa gente nova (...) dos industriais estrangeiros que estavam ficando ricos (...). (Trigo, 2001, p. 39).

Entre o grupo cafeicultor do início do século XX era extremamente divulgada essa ideologia que desqualificava aqueles que mais tardiamente tiveram acesso aos bens culturais pelo enriquecimento (como é o caso dos industriais), garantindo e demarcando sua identidade pelo nascimento e criação no convívio com valores estéticos e culturais. De acordo com esse pensamento, um aprendizado fora do ambiente familiar só constituía um verniz de pouca profundidade, não instrumentando o indivíduo com competência legítima. “Essa ideologia imposta pela dominação consegue, no limite, transformar em diferença de natureza aquilo que na realidade é apenas diferença no modo de aquisição da cultura” (Trigo, 2011, p. 39).

Os colégios conferiam diplomas de boa educação e de distinção, reforçando disposições adquiridas no meio familiar. Com o apoio desse capital social muitas das famílias cafeicultoras sobreviveram à derrocada econômica sem perder o status social que conferiam a si mesmas.

Nesse sentido, a disposição estética desse grupo constitui-se “[...] numa experiência do mundo liberada da urgência e na prática de atividades que tenham em si mesmas sua finalidade, como os exercícios de escola ou a contemplação das obras de arte” (Bourdieu, 2003b, p. 78). A disposição estética compreende, dessa forma, uma relação de forças, configuração irreconhecível

⁷ *Nouveaux riches*: do francês, significa “novos ricos”.

de luta de classes, tão desigual que tem poucas chances de aparecer como tal (Bourdieu, 2003b).

CONCLUSÕES

Utilizar uma teoria com visão precisa a respeito da relação entre indivíduo/sociedade possibilita compreender que, ao realizar a análise de um grupo social, está-se diante de estruturas historicamente constituídas e, portanto, passíveis de modificação pelos agentes sociais. Como era dominante politicamente na época da estruturação do Estado brasileiro, o grupo do café deixou nessa organização características da sua conduta social. Dessa forma, mesmo depois da década de 1930, apontada pela historiografia como marco de ruptura da hegemonia cafeeira, permaneceram vigentes na organização do poder público traços apreciados pelo grupo como o nepotismo, a avaliação do indivíduo sempre a partir da sua rede de relações sociais, assim como o fechamento aos novos grupos que detinham a pretensão de participar das decisões.

Trigo (2001) buscou evidenciar as estratégias desse grupo para manter sua posição na hierarquia social após a perda do capital econômico que sofreram com a Revolução de 1930 e o declínio da economia baseada na ordem agrária. Para além das disposições materiais, essa aliança desenvolveu habilidades e práticas que continham em si uma exibição de liberdade, de naturalidade e de aparente desinteresse material.

Madame X ganhou notabilidade pela sua ascensão econômica meteórica, mas se deparou com barreiras muito rígidas para sua efetiva aceitação enquanto componente legítima da alta sociedade paulistana. Persistente, ela se mantém na tentativa de compartilhar do *habitus* de classe dominante, mas sua rotina diretamente vinculada ao imediato e materialmente interessado, além do gosto estético e do estilo de vida dirigidos a disposições limitadas e superficiais evidenciam que não compreende os sinais de distinção valorizados pelo grupo do qual, um dia, espera fazer parte enquanto membro legítimo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASSMANN, Maíra. [Madame X], perua da vez de SP, mostra luxos no apartamento de R\$ 14 milhões. 26 jun. 2011. Disponível em: <<http://ego.globo.com/>>. Acesso em 3 jul. 2011.
- BATISTA JR, João. Socialite a qualquer custo. *Revista Veja São Paulo*. Edição n. 2217,13 maio 2011. Disponível em <<http://vejasp.abril.com.br/>>. Acesso em 27 jun. 2011.
- BOURDIEU, P. Sobre o poder simbólico (cap.I). In: *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003a.
- _____. Algumas propriedades dos campos. In: *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983. pp. 89-94.
- _____. Espaço social e espaço simbólico (cap. I). In: *Razões práticas: Sobre a teoria da ação*. Campinas: Papyrus, 1996.
- _____. Espaço social e gênese das classes (Cap. VI). In: *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003c.
- _____. Gostos de Classe e Estilos de Vida (Cap. III). In: ORTIZ, Renato (org.) *A Sociologia de Pierre Bourdieu*. São Paulo: Olho D'Água, 2003b.
- TRIGO, Maria Helena Bueno. *Os paulistas de quatrocentos anos: ser e parecer*. São Paulo: Annablume, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BOURDIEU, Pierre. É possível um ato desinteressado? In: *Razões práticas: Sobre a teoria da ação*. Campinas: Papyrus, 1996. pp. 137-156.
- _____. Capítulo 3 – O mercado de bens simbólicos. In: *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Editora Perspectiva SA, 1998. pp. 99-181.

- _____. Capítulo 4 – O campo científico. In: ORTIZ, Renato (org.). *A sociologia de Pierre Bourdieu*. São Paulo: Olho d'Água, 2003. pp. 112-143.
- _____. Condição de Classe e Posição de Classe. In: *Pierre Bourdieu: A Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2004. pp. 3-26.
- _____. PASSERON, Jean-Claude. Fundamentos de uma teoria da violência simbólica. In: *A Reprodução: elementos para uma teoria do sistema de ensino*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1975. pp. 15-75.
- GIDDENS, Anthony. “Estruturalismo, Pós-estruturalismo e a Produção da Cultura”. In: GIDDENS, A. e TURNER, J. *Teoria Social Hoje*. São Paulo: Editora UNESP, 1999. pp. 281-318.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. A noção de estrutura em etnologia. In: *Antropologia estrutural*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1996. pp. 313-360.
- MICELI, Sérgio. Introdução: a força do sentido. In: MICELI, Sérgio (org.). *Pierre Bourdieu: A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1998. pp. VII-LXI.