



PODE A APARÊNCIA FALAR? Classes sociais e a periferia da estética

Janaína Vieira de Paula Jordão¹ & Maria Luiza Martins de Mendonça²

INTRODUÇÃO

Pretendemos, neste texto, refletir sobre as classificações e as modas e modos das classes populares brasileiras como marcadores de posição social, cultural e mesmo inferências sobre comportamentos pessoais. Para isso nos valeremos de contribuições originárias dos estudos culturais, dos estudos sobre consumo e, de forma menos relevante de algumas questões levantadas pelos estudos pós-coloniais. Entendemos que essas distintas abordagens podem ser complementares. Além das contribuições teóricas, foram realizadas entrevistas (Jordão, 2015) na cidade de Goiânia, com indivíduos de diversas classes sociais a respeito dos valores atribuídos às aparências, à estética e à moda.

Assim que para melhor compreender algumas dessas questões pode-se considerar que o uso do corpo revela algumas características da sociedade brasileira ainda fortemente enraizadas tanto no imaginário que ainda mantém resíduos de práticas e relações sociais cujas origens remontam ao pensamento colonial em ao menos dois aspectos: no que diz respeito manutenção de determinadas práticas culturais e sociais, e na existência de uma altíssima

¹ Janaína Vieira de Paula Jordão, doutora em sociologia pela FCS/UFG e professora no curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás.

² Maria Luiza Martins de Mendonça, doutora em comunicação pela ECA/USP e professora colaboradora no PPGCom da Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás.

desigualdade econômica. Essas condições, que ainda regem de maneira sutil as relações sociais tornam possível a produção e manutenção de diferenças como hierarquias. Podemos citar como exemplo as afirmações de Darcy Ribeiro, antropólogo brasileiro que, ao descrever as condições das classes subalternas no Brasil, em especial no diz que respeito às dificuldades de ascensão social, afirma, em relação ao negro que a "luta mais árdua do negro africano e de seus descendentes foi, e ainda é, a conquista de um lugar e de um papel de participante legítimo na sociedade nacional" (RIBEIRO, 1995, p. 220). No Brasil, desde os primórdios da conquista, o corpo, bem como seu uso e suas representações, entre elas as midiáticas, assumem um papel fundamental para pretender privilégios e reconhecimento. Entendemos que aquilo que Ribeiro afirma ao referir-se ao negro, pode-se estender a diferentes grupos não hegemônicos e o nosso interesse neste artigo diz respeito às pessoas das camadas mais baixas na estratificação social, em especial no que diz respeito à mulher.

A respeito do corpo feminino (mas não apenas), Mirian Goldenberg afirmou recentemente que

no Brasil contemporâneo (o corpo) é um capital, uma riqueza, talvez a mais desejada pelos indivíduos das camadas médias urbanas e também das camadas mais pobres, que percebem seu corpo como um importante veículo de ascensão social. É fácil perceber que a associação 'corpo e prestígio' se tornou um elemento fundamental na cultura brasileira (...).o corpo, no Brasil, é um verdadeiro capital físico, simbólico, econômico e social (GOLDENBERG, 2007, p. 13).

Mas este corpo visto como um capital pressupõe estratégias de valorização ou pelo menos modulação da aparência para os objetivos pretendidos, sejam eles relacionados ao reconhecimento e/ou ascensão social. As pessoas se vestem de uma maneira para uma entrevista de emprego, de outra para os momentos de lazer e de outra forma pra ficar em casa, quando sentem-se "protegidas" da visão alheia. Mas ainda que se utilizem de estratégias para modular esta aparência, nada lhes garante que sejam "lidas" como pretendem. E é precisamente este o ponto deste artigo: lançar um olhar sobre o classificador, suas preferências (sem esquecer de que ele também é classificado) e procurar mapear se essas leituras que se faz sobre o outro anônimo são atravessadas não apenas pela inferência da classe social a que pertence o indivíduo classificado, mas se estendem a predicados que possam dizer respeito ou não, a qualidades subjetivas que, em um primeiro olhar, seriam inapreensíveis.

É, sobretudo, nesse sentido, no da possibilidade de classificação à primeira vista a partir das maneiras de se apresentar publicamente, que julgamos pertinente estender a crítica cultural no sentido de identificar e entender o funcionamento de algumas dinâmicas presentes nos processos de apreciação do Outro. Para isso nos valeremos de algumas perspectivas presentes nos estudos pós-coloniais e nas articulações entre classes sociais de maneira a tentar compreender escolhas apontadas como possíveis e desejáveis e sua relação com a atribuição de sentido às coisas do mundo, às relações sociais e às qualidades subjetivas. Também traremos algumas entrevistas feitas em pesquisa anterior (JORDÃO, 2015), em que é possível perceber as representações sobre aparência sendo ancoradas pelas próprias noções de classe social dos entrevistados.

A aparência

A aparência é a primeira - e às vezes a única - informação que se pode ter de uma pessoa desconhecida em um espaço público. Podemos pensar que ela se divide em dois aspectos: o imediato, que é a imagem estática da pessoa, que envolve pele, cabelos, roupas, acessórios, enfim, objetos consumidos; e a conduta, que diz respeito à postura, aos gestos, ao modo de falar, andar etc.

Talvez aqui o conceito de *habitus* de Bourdieu possa ser uma lente apropriada de análise, já que temos sistemas de disposições que vão formar nossas práticas, inclusive as de consumo. Para Bourdieu (2009, p. 128), “o *habitus* é uma metáfora do mundo dos objetos, que é ele mesmo um círculo infinito de metáforas que se afirmam mutuamente”. Mesmo entendendo, na esteira do pensamento de Lahire (2004), que há diferenças intraindividuais – a mesma pessoa pode se vestir com estilos diferentes -, é possível pensar que geralmente os estilos são constituídos por bricolagens, mas bricolagens dentro de um espectro possível, marcado tanto pelas condições materiais de existência quanto pelas culturais, além do estilo de vida construído ao longo dos anos. Ou seja, o consumo é um marcador social, que informa em alguma medida o volume e a constituição dos capitais econômico e cultural das pessoas, o que constitui em última instância o conceito de classe social bourdiano.

A divergência entre as classificações que são feitas por diferentes pessoas e grupos a respeito de mercadorias que estão dispostas publicamente pode gerar contradições e interferir na interação entre eles (KOPYTOFF, 2010), ou seja, no

capital social. Dentro dessa ótica, “os bens são neutros, seus usos são sociais; podem ser usados como cercas ou como pontes” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009, p. 36), já que são a parte visível da cultura, na forma de rituais que fornecem os princípios justificadores tanto para separar quanto para reunir. E nesse sentido, o consumo como marcação tem conotação diferente de separação, afinal, o consumo pela reciprocidade, ou seja, vizinhos que consomem o mesmo tipo de produto podem estar querendo se igualar uns aos outros, e não somente se diferenciar. Nesse caso, o consumo é ponte. Se for por competição, cerca. Assim, diferenciação e pertencimento são duas faces da mesma moeda, são marcações que estabelecem categorias de classificação cujas escalas de valores são atribuídas na medida da concordância dos consumidores em relação a essa escala e só fazem sentido quando os significados são compartilhados.

A marcação nesse caso poderia ser comparada ao sinal distintivo de que fala Pierre Bourdieu. Para o autor, todo consumo é distintivo, de forma a caracterizar os grupos por estilos de vida diferentes no espaço social (BOURDIEU, 2009; 2012), mesmo que não haja a intenção, como ocorre necessariamente segundo as análises de Veblen (1983). Nesse sentido, Bourdieu (1996) chama a atenção para uma confusão feita a partir do título de sua obra *A Distinção*, confusão que gerou a interpretação de que, na sua teoria, toda a conduta humana busca se distinguir, no que Bourdieu não vê sentido. É possível notar uma diferença entre *sinal distintivo* e *distinção* no trecho abaixo:

Abro aqui um parêntese para dissipar um mal-entendido, frequente e funesto, a propósito do título, *La distinction*, que levou a crer que todo o conteúdo do livro se reduzia a dizer que o motor de todas as condutas humanas seria a busca da distinção. O que não faz sentido e, além disso não seria nenhuma novidade se pensarmos, por exemplo, em Veblen e em seu “consumo conspícuo” (*conspicuous consumption*). De fato a idéia central é que existir em um espaço, ser um ponto, um indivíduo em um espaço, é diferir, ser diferente (...). Mais precisamente (...), uma diferença, uma propriedade distintiva, cor da pele branca ou negra, magreza ou gordura, Volvo ou 2CV, vinho tinto ou champanhe, Pernod ou uísque, golfe ou futebol, piano ou acordeão, bridge ou bocha (...) só se torna uma diferença visível, perceptível, não indiferente, socialmente *pertinente*, se ela é percebida por alguém capaz de *estabelecer a diferença* – já que, por estar inscrito no espaço em questão, esse alguém não é *indiferente* e é dotado de categorias de percepção, de esquemas classificatórios, de um gosto, que lhe permite estabelecer diferenças, discernir, distinguir – entre uma reprodução e um quadro ou entre Van Gogh e Gauguin. A diferença só se torna signo e signo de distinção (ou de vulgaridade) se lhe aplicarmos um princípio de visão e divisão que, sendo o produto da incorporação da

estrutura de diferenças objetivas (...) está presente em todos os agentes. (BOURDIEU, 1996, p. 23, grifos do autor).

Mas não podemos perder de vista que na sociedade existem sentidos dominantes em circulação, e que, ainda que estejam sob constante mutação, graças a diferentes forças em busca também de legitimação³, ajudam a construir um (con)senso comum. A distinção, segundo Bourdieu (2009, p. 233), alcançaria seu máximo benefício com a sua institucionalização, ou seja, sua inscrição e incorporação na realidade das coisas, de forma que passe a ser admitida como normal: naturalizada. O custo de produção dessa distinção passa a ser mínimo quando os agentes já nascem e se socializam dentro dessas “regras” existentes.

A este respeito Hall considera que

building a wall involves physical and material factors, but it could not take place outside a system of meaning, institutionalized cultural knowledge, normative understandings and the capacity to conceptualize and use language to represent to oneself the task on which one was engaged and to build around it a collaborative and communicative ‘world’ of meanings – in short, a culture. It is in *this* sense that ‘building a wall’ – deeply physical and material as it may be – is and must *also* be cultural activity, must take place or be ‘relevant to meaning’, and therefore a ‘discursive practice’⁴. (HALL, 1997, p.232, grifos do autor).

151

Ora, nesse caso podemos crer que os sistemas classificatórios delimitam e atribuem valor a determinadas práticas culturais indicando o que é certo ou errado, em conformidade ou desacordo com os códigos vigentes partilhados.

PODE a aparência falar?

³ Sentir-se justificado para existir tal como existe e de ser como deve ser (BOURDIEU, 2007, p. 214).

⁴ Construir paredes envolve fatores físicos e materiais, mas não pode acontecer fora de um sistema de significação, do conhecimento cultural institucionalizado, compreensões normativas e a capacidade de conceituar e usar linguagem para realizar a tarefa proposta, que é a de construir em torno disso a um ‘mundo’ colaborativo e comunicativo de significados – resumindo, uma cultura. É *nesse* sentido que ‘construir parede’- tão profundamente quanto possa ser em termos físicos e materiais – é e deve *também* ser uma atividade cultural, *deve* acontecer ou ‘ser significativa’, e portanto, uma prática discursiva. (tradução das autoras).

Não são novas essas atribuições de sentidos e essas construções discursivas que não apenas nomeiam o mundo, mas o classificam, embora mais aparentes nas sociedades contemporâneas, em especial graças à expansão e à penetração da mídia em amplos segmentos sociais. Os meios atuam como elementos importantes na construção da realidade, em particular dos conteúdos simbólicos dessa realidade, da imagem que a sociedade e os diferentes grupos sociais fazem de si mesmos e dos outros. Da mesma forma, difundem ideias, imagens e representações de visões de mundo que indicam as maneiras adequadas se comportar, de viver, a noção do correto e do impróprio, as expectativas que se podem ter, a diferença entre o possível e o utópico, enfim atuam, ao lado de outras instâncias como importantes construtores das subjetividades. Esses sistemas de significados podem reforçar valores ou levar à formação de modelos novos, com um componente político não descartado.

Entretanto, essa “modelagem”, melhor dizendo, essa difusão de valores e de modelos não acontece apenas no interior de uma cultura. Em países periféricos⁵, como o Brasil, existe ainda todo um legado de um passado colonial que se reflete também na adesão a modos e modas produzidos nos centros hegemônicos. Não sem elementos concretos (e simbólicos) a crítica pós-colonialista é enfocada como uma abordagem para compreender o imperialismo e suas influências como um fenômeno mundial e, em menor grau, como um fenômeno localizado.

Mesmo nas academias, o estilo e os parâmetros presentes nos saberes reforçaram uma superioridade da civilização europeia, com a conseqüente degradação e total rejeição de qualquer manifestação cultural nativa, considerada inferior, primitiva e selvagem. Os nativos começaram a mergulhar nessa cultura importada negando suas origens e imitando os clássicos de sua literatura. Privilegiam o centro em detrimento da periferia, sentindo-se gratificados em poder escrever na língua do europeu (não há consciência de ela ser também do colonizador). O Brasil, considerado como "settler colony" é um exemplo de terra que foi ocupada por colonos europeus que conquistaram e deslocaram as populações indígenas. Uma certa modalidade de civilização europeia foi transplantada e, mesmo após a independência política, os descendentes de europeus mantinham o idioma não-indígena.

⁵ Não pretendemos aqui entrar na discussão sobre as possibilidades de reversibilidade entre centro e periferias, pois foge ao pretendido nesse texto.

Mas, mesmo considerando que o pensar pós-colonial se ateve inicialmente ao ponto de vista literário e que no caso inglês o estudo dos idiomas europeus como disciplinas acadêmicas e o desenvolvimento dos impérios no século 19 tinham uma fonte ideológica que funcionava como propaganda e consolidação de valores, pode-se considerar que essa crítica pode ser aplicada a outras esferas da vida social, se consideramos que o pensamento europeu ainda incide, de forma hegemônica, sobre uma variedade enorme de práticas sociais – de noções de economia até a de consumo cultural.

Entendemos que seja possível fazer um paralelo desta "superioridade" europeia no campo da produção cultural com a esfera da moda e dos modos. O corpo, segundo Bhabha (1998), também se relaciona com o campo da dominação e do poder. O discurso colonial "é uma forma de discurso crucial para a ligação de uma série de diferenças e discriminações que embasam as práticas discursivas e políticas da hierarquização racial e cultural" (BHABHA, 1998, p. 107). Ele se apoia no reconhecimento e no repúdio de diferenças raciais, culturais e históricas (e por que não de classes?) com o objetivo de apresentar o colonizado como um tipo degenerado como forma de justificar a conquista deste "outro". Para fazer esse paralelo, buscaremos pensar nos valores que definem uma boa aparência e bons modos na nossa sociedade em relação aos que foram sendo construídos no processo civilizatório.

Apenas para reforçar que os sistemas de classificações de que tratamos aqui não são um fenômeno recente, podemos verificar, sobretudo com Elias (1994), que na passagem da Idade Média para a Moderna, houve grandes mudanças na estrutura da sociedade europeia com a decadência do feudalismo e a ascensão das nações modernas. Mas tais mudanças não foram só estruturais: as pessoas também passaram a dominar suas maneiras, autocontrolar-se em um processo civilizador que contrabalanceava o enfraquecimento dos vínculos tradicionais. Uma nova hierarquia, em que se tornavam mais legítimas as posições da burguesia industrial (a classe média da época), deixava mais expostas as pessoas passíveis de ascensão ou queda, demandando novas regras de conduta. Nobres deveriam consumir e se comportar, ou seja, manter a aparência de nobres. Era o controle de si, por meio da serenidade, moderação de emoções, calma e prudência, feito para que pudesse haver uma representação calculada das emoções tanto pelo rei quanto pelos cortesãos, modulando-se o comportamento conforme a mensagem que se queria passar para outra pessoa ou para a "plateia", para utilizarmos um termo de Goffman (1985). Os burgueses inicialmente também controlavam as emoções,

mas em função do cálculo de perdas e ganhos financeiros. Esta contenção dos sentimentos e a eliminação das expressões plebeias pela nobreza sinalizava uma fase na rota para a “civilização”, construída tendo por base o conhecimento e se opondo ao que era considerado irracional ou bárbaro, e conseqüentemente reafirmando o poder de um grupo sobre o outro. Era um novo padrão de moral e de costumes em um tipo mais elevado de sociedade idealizado pelos reformistas da corte e de uma classe média francesa em ascensão. Ter uma autoimagem de indivíduo civilizado era ser portador de uma qualidade do seu próprio comportamento refinado, em comparação com as maneiras das pessoas das classes tidas como inferiores. Essa delicadeza e esse refinamento foram se difundindo lentamente na sociedade de cima para baixo (de pais para filhos, de senhores para seus serviçais) como uma conduta “higienicamente correta” (ELIAS, 1994, p. 122).

O conceito francês de civilização acabou portanto sendo um instrumento de classe média e, a partir da ascensão da burguesia, tornou-se também um conceito que sintetizava a autoimagem nacional, que, no decorrer de séculos, foi cristalizada como imagem de superioridade, que justificaria o domínio sobre colônias dentro e fora da Europa e sobre as classes mais baixas (ELIAS, 1994). O mesmo valia para a classe média inglesa do século XVIII, cujo gosto, representado pela aparência e pelos investimentos no conhecimento estético, refletia também o caráter e a sensibilidade do portador. Um mau gosto poderia representar uma má reputação (CAMPBELL, 2005).

Hoje, em relação ao período feudal, essas normas que diferenciam as classes se tornaram menos contrastantes (e menos decisivas do ponto de vista da sobrevivência via prestígio) no decorrer do processo civilizatório ocidental, de forma que as classes baixas se aproximaram das classes médias e outros atributos entraram no jogo das marcações sociais, como o tipo da ocupação. Mas ainda assim, as pressões e as tensões da estratificação social penetram profundamente na personalidade do indivíduo (ELIAS, 1990).

No presente, muitas das regras de conduta e sentimentos implantados em nós como parte integral da consciência, do superego individual, são resquício de aspirações ao poder e ao *status* de grupos tradicionais e não têm outra função que a de reforçar suas chances de obter poder e manter a superioridade de *status*. (ELIAS, 1990, p. 273).

Essa afirmação de Elias convalida, de alguma forma, a abordagem presente nos estudos pós-coloniais, no que diz respeito àquelas práticas que aparecem

como resultado também de uma colonização cultural e que permitem conceber modas e preferências como exemplos de uma dupla colonização cultural: exterior e interior. A primeira ligada aos cânones internacionais das formas “adequadas” de consumo e a segunda a incorporação, por segmentos subalternos da sociedade brasileira desses mesmos cânones agora adaptados às suas possibilidades econômicas e competências culturais.

Em um contexto de sociedades de classes, Skeggs (2004) afirma que combinam-se categorias como classe, raça, gênero e sexualidade, pela articulação de questões morais. Segundo a autora, na relação entre as classes, criam-se discursos de diferença, justificando-os, como se tais diferenças fossem naturais ou biológicas, em representações construídas pelas classificações e pela visibilidade que sempre contêm uma (des)autorização moral. Tais representações também produzem particulares visões de identidades de classe, como no caso da classe média, cuja característica passa a ser a racionalidade e a constrição moral (como vimos, as bases do processo civilizatório), enquanto que para a classe trabalhadora, os sentidos associados são os de proximidade com a natureza e portanto os de impulsos primitivos, que dizem respeito a várias esferas da vida.

E assim a associação de diversas categorias, que não são neutras, com uma classe, pautada por uma visão cultural, é uma forma de classificar o outro, o que ao mesmo tempo define uma classificação para si mesmo, pela distância. Se a classe média, por exemplo, se refere à classe trabalhadora como não tendo higiene (em qualquer sentido que se queira pensar: sujeira, desonestidade ou impureza sexual), obviamente ela estará definindo a si mesma como conhecedora dos critérios de pureza, e por consequência atribuindo a higiene a si mesma. Em outras palavras, para saber quem uma pessoa é, é primeiro preciso saber quem ela não é (FEATHERSTONE, 1995).

O corpo grotesco do carnaval é o corpo inferior da impureza, desproporção, imediatez, orifícios, o corpo material que é a oposição do “corpo clássico”, belo, simétrico, superior, percebido a distância, o corpo ideal. O corpo grotesco e o carnaval representam a alteridade excluída do processo de formação da identidade e da cultura de classe média. (FEATHERSTONE, 1995, p. 113-114).

Estes processos, para Skeggs (2004), são uma forma de reproduzir o poder. A classe então emerge em uma produção contínua e também como um domínio de conhecimento e atribuição de valores em circuitos de distribuição simbólica, o que tem um poder performativo, ou seja, tem impactos reais materialmente, economicamente e politicamente. Em outras palavras, é um processo que produz o

efeito que nomeia. Representando uma classe de determinada maneira e não de outra, repetidamente e a ponto de legitimar essa visão, fixam-se lugares sociais, permitindo a umas pessoas serem o que são, de se sentirem apropriadas em seu lugar social, e ao mesmo tempo detectando quem são as inapropriadas, inscrevendo em seus corpos valores associados à classe. Existem e são reconhecidas socialmente as regras e os sentidos oficiais que especificam quais os valores e comportamentos são considerados “legítimos” e oficiais em uma determinada sociedade. Essa retórica não é feita pensando em mobilidade e em oportunidade, mas visando fixar as pessoas exatamente onde estão, metaforicamente e fisicamente, não as habilitando a participar das demandas políticas. Geralmente, forçam-se as classes trabalhadoras às fronteiras nacionais (e globais) (SKEGGS, 2004).

Assim, a esfera do consumo, da aparência, do conhecimento estético, das normas de conduta, enfim, de estar em conformidade com as regras instituídas para a sua posição social, se tornam decisivas para a manutenção – ou conquista – de *status*, levando em conta o caráter relacional que está expresso, já que “o prestígio envolve pelo menos duas pessoas: uma para pretendê-lo e outra para atribuí-lo” (MILLS, 1979, p. 257).

156

A PERIFERIA da estética

Estamos propondo pensar aqui nas modas e nos modos como uma das formas de introyecção de um ideal europeu de civilização, que também se mostra no controle das emoções, na discrição e no consumo como um marcador da posição social. Em pesquisa recente (JORDAO, 2015), fizemos algumas entrevistas com pessoas de diferentes classes sociais em espaços de consumo de Goiânia, Goiás, para analisar representações sociais sobre o que se constituiria boas aparência e conduta e pudemos perceber que esses aspectos estão intimamente ligados com a ideia de adequação. Em um espaço público, no convívio entre anônimos, vestir-se e comportar-se adequadamente são fundamentais para que alguém seja bem avaliado. Mas a adequação é construída de acordo com algum parâmetro, e a nossa hipótese era a de que ele é em grande medida ancorado à própria concepção de classe social dos entrevistados.

R: A classe popular é mais colorida (risos), em geral, é mais espalhafatosa, uma pessoa mais éee... rica, vamos dizer assim, né, é mais calma, mais discreta, vamos

dizer assim. Tanto nas roupas, quanto nas atitudes. // P: O que seria a diferença nas atitudes? // R: Se porta mais de forma mais discreta, mais comedida, não faz barulho, não conversa falando alto, isso eu tô falando em geral, claro que tem exceções. Isso em geral. Em um ambiente mais rico, assim, é diferente por exemplo cê tá num bar, né, ou num restaurante: você vê que as pessoas se portam de forma diferente. Isso não é uma regra, é uma observação, eu posso estar completamente errado, mas você consegue em algum grau ter alguma ideia. (...) A pessoa da classe mais simples, as mulheres eu percebo que elas tendem passar, usam roupas muito justas, eu vejo, eu passo em bairros bem pobres, as meninas com aquela barriga enorme, uma calça de cintura baixa, muito justa, quer dizer, não é algo naturalmente elegante, entendeu? (Kaique – Camada Média Alta)

Pessoa da classe mais elevada sempre se comporta com mais discrição. De maneira mais discreta, sem ostentar. (Mara – Camada Média Alta)

P: E no jeito de se comportar, tem diferença? // R: Tem! P: O que é diferente? // R: Ah, o tom de voz... O jeito de andar... Até mesmo o jeito de segurar a bolsa, eu diria. Cê olha bem isso numa pessoa. // P: Como é o tom de voz da classe média? // R: Ah, eu acho que a pessoa fala mais baixo. Uma coisa mais sutil. (Pâmela – Camada Média)

Essas são algumas das representações expostas pelas pessoas das camadas mais altas da estratificação que fizemos. Uma visão que poderíamos supor "de cima para baixo" ou que coloca as pessoas das camadas mais baixas - e como aparentam - como alteridade. Mas encontramos este tipo de representação também entre as pessoas com posições sociais menos favorecidas.

Ai... Nunca prestei assim muita atenção, mas eu acho que a classe média é mais, tipo assim, mais calada. A classe popular não, é mais bagunceira, mais barulhenta... (risos) (Ana – Camada Baixa)

(em relação às camadas mais baixas) O jeito de falar, falar alto, de gesticular o tempo todo, acho que é por aí. (Ivone – Camada Média-Baixa)

Ah, jeito de comportar, como eu vou dizer, me apertou... é meio escandaloso, às vezes, o povo julga muito pela popular, né? Escandaloso, às vezes palavrão demais... (Rosana – Camada Média-Baixa)

A pessoa mais de classe tem mais classe. comportamento é diferente. Isso não é básico, né, isso não é regra, né, porque pode ter exceção. Mas no geral é, né? // P: O comportamento é melhor ou pior? R: É, melhor. P: O que é se comportar melhor? O que a pessoa da classe popular faz que faz você pensar que isso não é um bom comportamento? R: Palavreado, jeito de conversar, falar alto, né, não tem classe, não tem... o comportamento é diferente. A pessoa da classe mais alta é mais restrita, fala menos. Mais moderada, né? (Odete – Camada Média-Baixa)

(a classe popular) usa roupa de festa e anda na rua. E o rico mesmo anda de boa, de chinêlinho, à vontade, tranquiilo (Bruno – Camada Baixa)

P: Com relação ao jeito de se vestir, qual a diferença entre as pessoas da classe média e das pessoas da classe popular? // R: *Sim, no jeito de vestir, nem às vezes é questão de, por exemplo, vestir melhor em questão de valores. Mas às vezes a roupa do que tem dinheiro não é tão cara mas é um traje mais apresentável, né, do que o mais popular.* // P: E o que você chama de apresentável? // R: *Por exemplo, uma roupa que daria pra estar em várias ocasiões. Ele já anda preparado pra poder entrar em qualquer lugar. O popular ele já assim escolhe: hoje eu vou pra tal lugar, aí a roupa é desse estilo; vou pra tal lugar, então a roupa é desse estilo.* // P: E ele acerta no estilo? // R: *Ah, na maioria das vezes não, né? Porque ele quer misturar muito, quer pegar muito estilo, e juntar num só. (Carla – Camada Baixa)*

O consumo das classes mais baixas são vistos inclusive por um prisma ostentatório, impensado e por vezes avaliado moralmente, como se quisessem ser/aparentar o que não podem. O território da adequação não cabe a todos.

P: Quem gosta mais de comprar roupa de marca? // R: *Os pobre. Na verdade, coisa que nem precisa, só pra falar que pode. Só pra se amostrar pro povo. (Helena – Camada Baixa)*

Eu tive namorada de classe pobre. Eu já tive namorada de classe baixa. Ela pegava dinheiro, torrava num celular, no último modelo (...) Esse pessoal não tem problema em gastar 500 reais num tênis por exemplo. Eu até entendo, o cara não tem dinheiro pra comprar um carro, então ele compra um tênis, que é o símbolo de status dele, né, ok. Dentro do meio dele, ter o tênis é o máximo que alguém pode ter. Num outro meio, não faz diferença nenhuma ter o tênis. Mas no meio dele faz, então ele gasta dinheiro no tênis. Mas aquilo de algum modo faz com que o cara é... financeiramente ele não... ele não usa, não reverte pra ele de forma útil. Ele tá correndo atrás do rabo. Ele vive o dia. Uma coisa que eu percebi muito estranha da minha ex-namorada que ela vivia o dia. Ela não tinha muito planejamento, não olha o futuro, não olha nada. É o dia. Se hoje tem dinheiro, tem. Não tem, não tem. (Kaíque – Camada Média Alta)

O mesmo pode ser visto em uma conversa entre dois entrevistados da camada baixa, vendedores de uma loja de armação de óculos em um camelódromo no centro da cidade.

Carla: Por exemplo, na hora de comprar, a pessoa da classe popular chega mais “chegando” e tal, pega esse pra mim, pega aquele. Normalmente quem já é de uma classe melhor, ele já é mais seguro, tipo assim, já chega tipo quanto é esse, quanto é aquele, qual que é o preço, normalmente. Já chega mais perguntando preço (...) Os mais popular eles chega aqui: vou comprar isso não, na ótica é bem melhor. Vai passar a vida inteira pagando a armação.

Bruno: vai lá e paga na mesma armação 300 real. Pobre é burro. Não sabe comprar. Rico sabe.

Carla: Por isso que eles têm dinheiro!

Bruno: Rico vem no camelódromo, vai na feira, entendeu? Aí pobre, não. Vai lá, ganha um salarinho de 800 reais, vai lá na Maresia, compra 4 camisa, acabou o salário dele. Entendeu? Nem rico não usa roupa cara.

Poderíamos supor que houvesse alguma gradação nas representações no que se refere à aparência e ao comportamento na medida em que se muda de camada do entrevistado. Mas o que pudemos notar é que a adequação sob um parâmetro se mostra em todas as camadas, inclusive nas mais baixas. Segundo Elias (1994),

na verdade, uma fase fundamental do processo civilizador foi concluída no exato momento em que a *consciência* de civilização, a consciência da superioridade de seu próprio comportamento e sua corporificação na ciência, tecnologia ou arte começaram a se espalhar por todas as nações do Ocidente. (ELIAS, 1994, p. 64, grifos do autor).

E acrescentamos: por todas as classes sociais, de cima a baixo. Não percebemos uma disparidade entre dois grupos distintos, *insiders* e *outsiders*. Afinal, se estamos falando de sistemas de dominação que só podem existir se houver uma legitimação dessa própria dominação como coisa certa a se pensar e a se fazer, é possível supor que os dominados podem introjetar essas normas. Segundo Halbwachs (1958, p. 125), "*an inferior social class is acknowledged as such not only by the higher classes but by its members*"⁶. É, como vimos, um mecanismo de dupla colonização, de apropriação de um "superego" da classe dominante pelo qual as classes baixas julgam a si próprias pelos critérios alheios (ELIAS, 1990). No Brasil, a classe dominante projetava sua imagem própria como melhor para uma Europa civilizada, não levando em conta essa subalternidade opaca, que, por sua vez, não teve alternativa senão construir sua autoimagem tendo como referência os signos e as práticas dominantes (CARDOSO, 2010).

Tais práticas podem ser, segundo DaMatta (1997), reproduzidas em uma estrutura hierarquizante, de forma contínua e múltipla em todas as posições sociais. Elas não somente diferenciam os situados nos extremos, mas também podem ser replicadas entre "iguais":

⁶ "uma classe inferior é reconhecida como tal não só pelas classes altas, mas também pelos seus membros". (tradução nossa)

Todos têm o direito de se utilizar do "sabem com quem está falando?", e mais, sempre haverá alguém no sistema pronto a recebê-lo (porque é inferior) e pronto a usá-lo (porque é superior)". (DAMATTA, 1997, p. 195).

Constrói-se uma espécie de "identidade ambivalente" (BARBOTIN, 2014, p. 189) que, como em um movimento pendular, quer se adequar a um grupo almejado, mas ao mesmo tempo quer se manter na segurança do grupo de origem. Nessas adequações que precisam ser feitas de um campo a outro, categorias de classificação provenientes das classes almejadas podem ser importadas para serem utilizadas na classificação dos próprios pares. Tudo isso vai depender, segundo Berger e Luckmann (2003), da forma como cada indivíduo lida pessoalmente com os aspectos visíveis a partir de sua própria localização social.

A mesma perspectiva da classe inferior pode introduzir um estado de espírito de contentamento, resignação, amargo ressentimento ou fervente rebeldia. Como consequência uma criança da classe inferior não somente irá habitar um mundo grandemente diferente do que é próprio da criança de uma classe superior, mas pode chegar a ter um mundo inteiramente diferente daquele da criança de classe inferior que mora na casa do lado. (BERGER; LUCKMANN, 2003, p. 176).

O pobre, o que está fora das normas de aparência e de etiqueta, ou que não domina os códigos culturais hegemônicos, é alteridade inclusive para as pessoas das classes mais baixas. Isso mostra, além de uma relação ambivalente com a própria posição de classe, o que DaMatta (1997) chama de hierarquias horizontais: há uma consciência da diferença vertical entre as classes (altas e baixas) "homogeneizando" cada uma delas por um lado, mas ao mesmo tempo, aplicam-se as hierarquias no plano horizontal. Podem estar fora dos padrões os vizinhos menos favorecidos, e não só o que está no lado oposto da estrutura social.

160

CONSIDERAÇÕES finais

Os processos de colonização se dão não somente de forma direta, com a dominação perene entre colonizadores e colonizados historicamente. A hegemonia daquelas nações, que foi construída ao longo de séculos, guerras e invasões, repercute no Ocidente das mais variadas formas. Quisemos neste trabalho observar a presença de regras de aparência e conduta que marcaram um processo civilizatório na decadência do feudalismo repercutindo no Brasil do século XXI. Discrição, controle das emoções, vestir-se adequadamente tornaram-se o

estereótipo das classes mais altas e, a sua falta, o das classes mais baixas. Nas sociedades pós-coloniais, há uma hierarquia em que o oprimido é fixado pela superioridade moral do dominador. No caso da literatura, a europeia fixa-se como essencial, indiscutível, influenciando e impondo estilos e padrões literários. A pós-colonial é fixada como tributária, dependente, imitativa (BONNICI, 1998). Da mesma forma, o consumo que forma a aparência das pessoas das classes mais altas é visto como genuíno, original, desprezioso, enquanto as escolhas das pessoas das classes mais baixas são vistas como uma tentativa frustrada, uma mímica do ideal de boa aparência e conduta. Segundo Bhabha (1998), o estereótipo é a principal estratégia discursiva, que nega o reconhecimento da diferença. Estabelecem-se lugares identificados como corretos, fixos, já conhecidos, e isso é repetido ansiosamente, produzindo um efeito de verdade e de predição, mesmo em conjunturas históricas mutantes. E tais estereótipos podem ser introjetados tanto por colonizadores quanto por colonizados, ou seja, não é de se espantar que as pessoas de classes mais baixas se identifiquem com uma aparência ideal das classes superiores.

É preciso reconhecer que a produção e apropriação de determinados padrões estéticos operam a partir de políticas de visibilidade e de legitimação que têm a capacidade de atribuir aos diferentes atores sociais, individuais ou coletivos, valores simbólicos e relevância social que lhes outorgam reconhecimento e legitimidade. De um ponto de vista que privilegia as políticas de visibilidade, consideramos que elas são, simultaneamente, políticas de invisibilidade, à medida que os modos de produção, distribuição e circulação de produtos que comportam uma estética particular dirigem e educam os olhares para que as escolhas pessoais recaiam sobre determinados tipos de produto, aqueles que fornecem as diretrizes para as identificações e referências, excluindo os demais.

De maneira complementar, a noção de reconhecimento requer a existência da noção de um respeito social e de uma dignidade cujos sentidos deveriam ser socialmente compartilhados, independentemente na classe social a que pertencem os indivíduos (Souza, 2003). O reconhecimento também vincula-se à autoestima e à constituição das identidades; as exclusões vivenciadas cotidianamente causam-lhes feridas profundas e podem ser identificadas "aceitação da precariedade como legítima e até merecida e justa, fechando o círculo (...) da "naturalização da desigualdade" (SOUZA, 2006: 179) .

Assim é que as representações que vão se sedimentando na cultura há séculos reforçam a ideia de que a cultura tem relação com os mecanismos de manutenção ou conquista de poder na sociedade. O consumo, que neste trabalho foi relevante no que se refere à constituição da aparência, por vezes foi visto por muitos teóricos como uma atividade frívola, voltada para o narcisismo e o desperdício. Ele na verdade desveste processos de dominação simbólicos que vêm desde a Europa feudal, sendo reforçados no nosso dia a dia por representações estereotipadas e pejorativas das classes mais baixas nos mais diversos meios de escoamento de formas simbólicas.

Da perspectiva de autores ligados ao pensamento pós-colonial, esses estereótipos podem ser vistos como formas fixas de representação que negam ou ignoram as diferenças e, por meio desse jogo, impedem o reconhecimento das diferenças como desigualdades. Esse não reconhecimento torna viável a legitimação e a validação de uma visão de mundo particular como se fosse universal, naturalizando-a e tornando-a imperceptível: uma visão de mundo que exclui ou condena à invisibilidade os sentidos divergentes, permitindo a incorporação dos saberes e de uma determinada matriz cultural como *os saberes e a cultura*, o que dificulta possíveis questionamentos que poderiam impulsionar diversas formas transpor barreiras socioeconômicas e culturais. Cabe então, à crítica cultural descortinar essas hierarquias e classificações muitas vezes pejorativas e retirá-las, com o devido estranhamento, de uma confortável posição de "naturalidade".

162

REFERÊNCIAS

BARBOTIN, Maria Angeluze Soares Perônico. *Pia! Só quer ser o que não é, e mora na favela*. Práticas de consumo e construção das identidades entre indivíduos de classes populares. Tese de Doutorado. João Pessoa: 2014.

BERGER, Peter L., LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade: Tratado de Sociologia do Conhecimento*. Petrópolis: Vozes, 2003.

BHABBA, Homi. *O local da cultura*. Belo Horizonte, Ed. UFMG, 1998.

BONNICI, Thomas. Introdução ao estudo das literaturas pós-coloniais. *Mimesis*, Bauru, v. 19, n. 1, p. 07-23, 1998.

BOURDIEU, Pierre. *Razões Práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas, SP: Papirus, 1996.

_____. *A Distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

_____. *O senso prático*. Petrópolis, RJ: Vozes (Coleção Sociologia), 2009.

_____, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

CAMPBELL, Colin. *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Alcuin Academics, 2005.

CARDOSO, Adalberto Moreira. *A construção da sociedade do trabalho no Brasil: uma investigação sobre a persistência secular das desigualdades*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

DAMATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens*. Para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

ELIAS, Norbert. *O Processo Civilizador: Formação do Estado e Civilização*. Volume II. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1990.

_____. *O Processo Civilizador: uma história dos costumes*. Volume I. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994.

FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

GOLDENBERG, Mirian. *O corpo como capital: estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira*. Barueri, S. Paulo: Estação das Letras e Cores, 2007.

HALBWACHS, Maurice. *The psychology of social class*. Illinois: The Free Press, 1958.

HALL, Stuart. *The centrality of culture: notes on the cultural revolutions of our time*. In: Thompson Kenneth (editor). *Media and cultural regulation*. Londres; Sage, 1997.

JORDÃO, Janaína Vieira de Paula. *Valor-Aparência: aparências de classe e hierarquias do cotidiano*. Tese de Doutorado. Faculdade de Ciências Sociais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2015.

KOPYTOFF, Igor. A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo. In: APPADURAI, Arjun. *A vida social das coisas*. As mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2010.

LAHIRE, Bernard. *Retratos Sociológicos*. Disposições e variações individuais. Porto Alegre: Artmed, 2004.

MENDONÇA, M. L. M. O Olhar da mídia sobre as diversidades. In BARROS, J. M. e KAUARK, G. (orgs) *Diversidade cultural: políticas, visibilidades midiáticas e redes*. Salvador, EDUFBa, 2015.

MILLS, Wright. *A Nova Classe Média*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

RIBEIRO, Darcy. *O povo brasileiro*. S.Paulo. Cia das Letras, 1999.

SKEGGS, Beverly. *Class, Self, Culture*. London: Routledge, 2004.

SOUZA, Jessé. *A construção social da subcidadania: para uma sociologia política da modernidade periférica*. Belo Horizonte, Ed.UFMG, 2003.

SOUZA, Jessé. *A invisibilidade da desigualdade brasileira*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

VEBLEN, Thorstein. *A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições*. São Paulo: Abril Cultural (Os economistas), 1983.

Artigo Recebido em 06 de setembro de 2016. **164**

Artigo Aprovado em: 28 de outubro de 2016.