

**Daniela Scridelli Pereira**

**Interiores e exteriores da etiqueta e da decoração: gênero, posição social e histórias de vida**

**Tese de Doutorado em Ciências Sociais apresentada ao Departamento de Antropologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas, sob orientação da Profa. Dra. Heloisa André Pontes.**

**Este exemplar corresponde à versão final da tese a ser defendida em 26/02/2010.**

**Dezembro/2009**

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA  
BIBLIOTECA DO IFCH - UNICAMP  
Bibliotecária: Cecília Maria Jorge Nicolau CRB nº 3387**

**P412i** **Pereira, Daniela Scridelli**  
**Interiores e exteriores da etiqueta e da decoração: gênero,  
posição social e histórias de vida / Daniela Scridelli Pereira.**  
**-- Campinas, SP : [s. n.], 2009.**

**Orientador: Heloisa André Pontes.**  
**Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas,  
Instituto de Filosofia e Ciências Humanas.**

**1. Etiqueta. 2. Decoração e ornamento. 3. Gênero.  
4. Antropologia. 5. Status social. I. Pontes, Heloisa André.  
II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Filosofia e  
Ciências Humanas. III. Título.**

**Título em inglês: Inward and outward aspects of etiquette and decoration:  
gender, social status and life histories**

**Palavras chaves em inglês (keywords) :** **Etiquette  
Decoration and ornament  
Gender  
Anthropology  
Social status**

**Área de Concentração: Antropologia**

**Titulação: Doutor em Antropologia**

**Banca examinadora: Heloisa André Pontes, Guita Grin Debert, Iara Beleli,  
Alessandra El Far, Maria da Graça Jacintho Setton**

**Data da defesa: 26-02-2010**

**Programa de Pós-Graduação: Ciências Sociais**

Este exemplar corresponde à redação final da Tese  
defendida e aprovada em 26/02/2010. /

**Banca examinadora:**

*Heloisa Pontes*

\_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Heloisa André Pontes (orientadora)

*Alessandra El Far*

\_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Alessandra El Far- Unifesp

*Guita Grin Debert*  
\_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Guita Grin Debert- Unicamp

*Iara Beleli*

\_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Iara Beleli- Unicamp

*Maria da Graça Setton*

\_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Maria da Graça Jacintho Setton- USP

**Suplentes:**

\_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Andréia Claudia Miguel Marques Barbosa-Unifesp

\_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Bernadete Aparecida Caprioglio Castro- Unesp

\_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Regina Facchini- Unicamp

2010094673

Para o Osmar.

## **Resumo**

Ao partir da percepção de um imaginário social que associa a etiqueta e a decoração à “coisa de dondoca”, “coisa de rico” e “coisa de mulher” consolidou-se como um veio fértil a busca por compreensões que evidenciassem outros sentidos e olhares sobre o universo do “refinamento”.

Assim, esta tese teve como primeira frente de reflexão os manuais de etiqueta e de decoração, as revistas especializadas em decoração e os programas televisivos a fim de compreender a constituição de um repertório cultural utilizado por consultores e pelo público interessado na legitimidade da experiência do “refinamento”.

No entanto, com a observação participante nos cursos sobre esses temas, o segundo aporte de pesquisa, vistos, especialmente, como searas femininas, outros significados atravessados por diferenças de classe, raça e sexualidade emergiram. Nesse sentido, ao me debruçar sobre as malhas do “refinamento”, diferentes significados puderam vir à tona afastando visões essencializadoras sobre temas que poderiam, a princípio, ser considerados “menores”.

## **Abstract**

Giving the perception of social imaginaries that thinks of etiquette and decoration as a “thing of riches”, a “thing of women” and a “thing of high class rich women who are vain and idle”, the search for an understanding of other meanings and views on the universe of “refinement” consolidates itself as a fertile thread to be explored.

Thus, the present thesis has as its first front of thinking the etiquette and decoration manuals, the magazines specialized in decoration and the television shows, in order to understand the constitution of a cultural repertoire used by consultants and by the public interested in the legitimacy of the “refinement” experiment.

Notwithstanding, with the records of the author’s participant observation taken in etiquette and decoration classes, meant as a second contribution for the present thesis, which were seen, especially, as feminine fields of activity, other meanings crossed by class, race, and sexuality differences emerged. In this sense, while the investigation of the meshes of “refinement” was conducted, different meanings could emerge, which stood off from essentializing visions on subjects that could, at first, be considered “minor” subjects.

## Índice

Agradecimentos.....	1
Apresentação .....	3
“Etiqueta e decoração é coisa de dondoca; é coisa de gente fútil; é coisa de mulher”.....	3
Metodologia.....	10
Diálogos teóricos .....	20
1-Observando a constituição das malhas do “refinamento” a partir dos manuais de etiqueta e decoração.....	29
Manuais de etiqueta e de decoração.....	31
Biblioteca (para “o bom andamento”) do lar.....	62
O colonismo social.....	68
2- Pílulas de “refinamento”: etiqueta e decoração nas revistas.....	93
Casa Claudia.....	98
Casa & Jardim.....	101
Arq Art.....	104
Casamix.....	106
Dcasa.....	110
Viver bem.....	113
3- Modelos de refinamento que vêm da televisão.....	117
A televisão no Brasil: apresentadores e instrutores.....	117
Ronnie Von e as experiências como (e no) Mãe de Gravata .....	134
Um pouco mais sobre suas experiências:.....	135
4- Espaços de refinamento (de si e da casa).....	145
Nas aulas de Ana Rizzo: “refinamento” de si e da casa.....	148
“aqui não é curso de etiqueta não!”.....	156

Observando as aulas no Casarão”.....	160
decoração e etiqueta no SENAC.....	170
5- Feminilidades, sonhos, lembranças e histórias de vida.....	177
“os homens não priorizam esses assuntos” .....	178
o valor dos “aromas” e dos gostos.....	189
“os pratos Fracalanza de mamãe” .....	195
A armadura do Castelo de Carcassonne.....	201
“gafes”, fofocas e redes sociais entre umas mulheres e outras mulheres .....	208
Considerações finais.....	215
Bibliografia.....	223

## **Agradecimentos**

Foi em meio ao processo de escrita da tese que comecei a elaborar esta página de agradecimentos. Não queria perder as cores de todas as emoções que pairam e envolvem essa caminhada. São muitas!

É com muita alegria que registro o meu muito obrigada a todos que participaram dessa empreitada! Muitas pessoas compõem esse percurso que não é, nem nunca foi, individual; eu nunca acreditei nisso. Muitas são as camadas de diálogos. E essa é a grande dádiva!

Tenho muito a agradecer à minha orientadora. Muito antes de ser orientanda de Heloisa Pontes, já a admirava! E, então, no decorrer desses anos de doutorado pude ser beneficiada de seu olhar instigante sobre o meu tema. Suas intervenções e seus estímulos foram decisivos para que o trabalho fosse tomando corpo possibilitando que o “novo” emergisse. Obrigada pela sensibilidade em ter aceitado me orientar e, especialmente, pelas perguntas e questionamentos sempre bem colocados que contribuíram para a “edificação” desta tese.

À Alessandra El Far por ter participado da banca de qualificação com ponderações tão importantes e compor também a banca de defesa de maneira atenciosa e delicada.

À Graça Setton, por ter participado da banca de defesa, pelo reencontro acadêmico feliz e pelos comentários tão edificantes.

À Guita Debert, por ter participado da banca de defesa indagando sobre pontos fundamentais da tese de maneira tão carinhosa e, especialmente, por me ajudar a perceber outros olhares ou olhares mais profundos que podem ainda advir deste trabalho dada a riqueza do tema em questão.

À Iara Beleli que também compôs a banca de defesa de maneira tão especial, por seus comentários pertinentes e pelo reconhecimento de uma construção que foi feita tijolo a tijolo de maneira muito séria.

À Adriana Piscitelli por ter também participado da banca de qualificação de maneira tão crucial e sensível. Seu olhar sempre encantado com a pesquisa me ajudou, de forma certa, a perscrutar ainda mais as searas do “refinamento” em busca de preciosidades.

À Mariza Correa, que em um seminário de tese me ofereceu toda sua experiência me apontando rumos bem importantes a serem observados nesta pesquisa e que fizeram a diferença.

Agradeço incondicionalmente ao Osmar: meu marido, meu cúmplice do todos os momentos, meu ouvinte animado, meu companheiro de trajetória atento e envolvido com minhas causas que acabam sendo suas também! Por compreender sabiamente os muitos meandros que compõem a escrita de uma tese. Por nossas conversas, sempre inacabáveis, que foram, como sempre são, instigantes, reveladoras e encorajadoras.

Aos meus pais, por compreenderem minhas muitas ausências e me incentivarem.

À minha madrinha e tia, Sueli Scridelli Tavares, por ter aberto não apenas as portas de sua casa, mas de seu imenso coração na etapa do cumprimento dos créditos! Amiga de todas as horas, companheira e preocupada sempre: “Como anda a tese? Acaba logo!” Este era sempre um tema em nossos encontros e fundava nossos diálogos que foram ficando escassos diante da responsabilidade em estruturar e fazer a tese “decolar”, “bater asas”. Os agradecimentos a você, tia, sempre serão poucos diante de tanta dádiva a mim oferecida!

À querida amiga Encah Sian, por todos os nossos encontros e conversas infindáveis, pelo carinho, pela atenção e pela generosidade de sempre! Por nossa amizade, coisa rara, que sempre se reaviva mesmo que “o tempo e a distância digam não!”.

À Sabrina Finamori, pela amizade e pela generosidade em compartilhar comigo uma fase tão solitária – a escrita da tese – ainda mais em solo distante do conhecido. Sua participação foi muito mais do que as palavras podem aqui registrar! Muito obrigada!

À Maria Rita, secretária da Pós. Sempre pronta para receber minhas dúvidas, as mais simples, minhas preocupações, de maneira calma e positiva!

Agradeço, finalmente, aos apoios financeiros: da Capes, pela bolsa de doutoramento e ao departamento de Antropologia, sob a coordenação da Profa. Dra. Maria Filomena Gregori, incentivos pelos quais esta pesquisa foi beneficiada.

Por fim, às alunas e professoras dos cursos por mim observados. Sem elas esta pesquisa não teria chegado às reflexões aqui alentadas. Obrigada por abrirem suas vidas, suas casas, os detalhes mais particulares e íntimos de suas vivências que me possibilitaram uma leitura e uma aproximação desses temas de forma mais sensível.

## **Apresentação**

**“Etiqueta e decoração é coisa de dondoca; é coisa de gente fútil; é coisa de mulher.”**

Frases desse tipo permeiam, e muito, o imaginário social a respeito das práticas do “bem se comportar” (etiqueta) e de decoração de interiores. Se nos reportarmos e nos detivermos à investigação da construção desse repertório cultural, chegaremos a uma visão bastante caricatural, na qual investem muito as telenovelas e filmes. A camada dominante é, geralmente, representada por belas e amplas casas, em que a família está sempre rodeada de serviçais, que estão, na maioria das vezes, à disposição dos moradores, apresentados como “grã-finos” e “chics”. Já o núcleo menos abastado é concebido como malvestido, portador de hábitos mais grosseiros, fala alto, não sabe utilizar os talheres corretos à mesa e, frequentemente, é mostrado como “brega”. As noções de feminilidade e masculinidade são construídas de maneira que simbolizem o reverso dos anos de reflexão a que se dispuseram as pesquisadoras feministas. Ou seja, nas camadas altas o masculino é, na maioria das vezes, associado ao lado provedor, capaz de proporcionar uma vida boa à esposa – boa representante da família e dos bons costumes – e, se possível, à amante, jovem, escultural e loira. Nas camadas mais populares, a feminilidade é representada pelas mulheres, que se destacam por promover o domínio da casa, sendo ela o centro irradiador da autoridade, sustento e controle da família.

É claro, esses são estereótipos que se repetem nas mais diversas obras de ficção, como é o caso de um dos mais famosos musicais da Broadway, *My fair lady* (*Minha bela dama*), levado ao ar em 1964 nos Estados Unidos, inspirado na conhecida peça *Pigmaleão*, de Bernard Shaw, publicada em 1913. Em 1964 segue-se outra adaptação dirigida por George Cukor, contando com atuações importantes de Rex Harrison e Audrey Hepburn. O tema em questão é o desafio de um velho e solteirão professor de fonética, Henry Higgins, que aposta com seu amigo, o coronel Pickering, também foneticista, ao observar e registrar sons a partir da fala das pessoas na rua e, assim, classificá-las socialmente, que estaria apto a transformar uma simples vendedora de flores em uma educada e elegante dama capaz de frequentar as mais altas camadas da sociedade inglesa sem ser reconhecida como “impostora”, ou seja, como não pertencente àquele escalão.

Os diálogos travados no filme, especialmente aqueles que aparecem no início, são bastante interessantes para a compreensão dos estereótipos destacados anteriormente, pois ali está o cerne da classificação que se edifica no campo dos refinamentos. A cena refere-se a um burburinho na rua: damas e cavalheiros<sup>1</sup> estão saindo de uma apresentação, possivelmente teatral, e os moradores de rua e as vendedoras de flores os rondam a fim de terminar a noite com algum dinheiro a mais. Eis, então que Higgins aparece escondido atrás de uma parede, munido de seu bloco de anotações, registrando os sotaques mais variados que pode perceber, quando alguém o vê e desconfia de seu comportamento. Ou seja, sua atitude causa estranheza. Ele aproxima-se das pessoas para explicar que não estava fazendo nada demais. Um cavalheiro diz: “Ele não é tira. É um cavalheiro. Veja as botas dele!”. Ou seja, a forma como está vestido torna-se uma maneira pela qual um sentido é encontrado para ele naquele ambiente; é um localizador social. A diferença da assunção da língua inglesa e sua variação de região para região e de domínio de pessoa para pessoa revelam-se como um limitador significativo. Ter um inglês fluente e bem pronunciado passa a representar um divisor social também.

Diante das “promessas” de Higgins a Eliza, uma das floristas, de uma vida melhor, mais confortável, ela começa a sonhar em tornar-se proprietária de uma banca de flores. Então, o procura em sua casa, iniciando o “treino” para ser uma “dama”. Assusta-se com as dimensões suntuosas da casa, observa a beleza de cada peça do mobiliário do quarto em que ficará como hóspede e diz que “não é duquesa ainda”. Ou seja, para ela parece difícil reconhecer-se naquele ambiente tão distante de sua realidade social. Rapidamente, percebe o sacrifício, a insistência fatigante de Higgins em repetir sons que sejam recebidos pelos ouvidos já “elegantes” do grupo abastado. É um processo de moldagem de hábitos que não foram trabalhados desde a infância e muito menos de maneira gradativa, mas em prol de

---

<sup>1</sup> Aqui, é interessante notar que essa é uma nomeação presente no filme. Ela parece tão importante que, acompanhando o desenrolar do enredo, compreende-se o quanto o vestuário das damas (vestidas com vestidos longos, plumas, miçangas e brilhos) e dos cavalheiros (trajando fraques e cartolas) imprime uma classificação, além do próprio idioma inglês, que, ao se modificar de região para região, torna-se também mais um diferenciador social. Assim, pode-se perceber a importância da observação desses detalhes para se compreender como as pessoas vivem e como organizam suas vidas e suas trocas sociais. O igual, o semelhante, a ordem vigente, é o que parece trazer mais segurança nos encontros.

uma transformação em que Higgins almeja, apenas, apresentá-la como resultado de seu trabalho.

Fica claro o processo caricatural da florista para ir, aos poucos, mostrando seu processo de transformação em pessoa “elegante”, envolta em roupas cujo tecido, embora muito nobre, foi utilizado sem muitos detalhes, sem muitas cores, nem adereços, isso seria o “*chic*”. Suas marcas grosseiras vão sendo deixadas para trás, sua fala e seu tom de voz são suavizados, seu cabelo é ornamentado. E a imagem de um cisne emerge, admirada e observada no esperado evento público: um baile em que toda a sociedade inglesa está presente. Enfim, uma figura “encantadora e aristocrática”. Portanto, semelhante a cada um deles. Após o baile, Eliza se entristece ao perceber que havia muito de sonho naquela vivência. Sua preocupação volta-se para a vida real que teria depois de ter feito Higgins ganhar a aposta. Ao final, depois de alguns desencontros, ela permanece na casa de Higgins, um homem bastante enrijecido pela vida e que tinha encontrado naquela “simples florista” uma possibilidade de reencantamento da vida. Fica no ar a dúvida de que se casariam ou não.

É interessante realçar uma das últimas observações de Eliza acerca da rua onde morava e de seus amigos floristas, que não a reconhecem naqueles vestidos elegantes. Nem ela se reconhece naquele ambiente no qual, possivelmente, passaria a viver. A conversa com a mãe de Higgins é bastante significativa: “Eu vendia flores. E agora que Higgins fez de mim uma dama eu não sirvo para vender mais nada. Senhora Higgins, deixando de lado o que se aprende, a diferença entre uma dama e uma florista não é como se comporta, mas como é tratada. Serei sempre uma florista para o senhor Higgins porque ele sempre me tratou como uma florista e sempre o fará”. Assim podemos compreender o quão instigante é esse campo dos “refinamentos”.

Podemos destacar também a produção cinematográfica, *Trapaceiros*, escrita e dirigida pelo cineasta Woody Allen em 2002. Nesse filme, é interessante notar como o diretor retrata a relação entre a alta sociedade novaiorquina e o mais novo casal ingressante nesse círculo: uma ex-manicure, agora proprietária de uma empresa de bolachas, e seu marido, ex-presidiário. Suas origens não são reveladas ao grupo ao qual pretendem pertencer, mas suas maneiras, seus comportamentos, seu modo de falar e vestir, a decoração da casa e a ostentação quanto aos serviços domésticos desvendam, rapidamente,

aos bons conhecedores do refinamento que há algo de inaceitável, de “brega” e jocoso neles. Mas Allen não se contenta em apenas mostrar os signos e os estereótipos que compõem esse universo do refinamento bem apresentado pela conjunção entre casa e comportamento. Ele vai além, ao mostrar, com foco na personagem feminina, fio condutor da busca pelo “refinamento”, o quanto ela é influenciada pela mídia televisiva. Já ao adentrar esse universo, dá mostras do quanto está munida de representações que a levam à ostentação. Todavia, logo percebe que ter classe não é apenas ter dinheiro; é preciso ser “fino”, e para isso é preciso dominar as artes, desde a pintura, a escultura, a visita a museus, ter conhecimento sobre história do mobiliário, ser conhecedora dos ‘buquês’ dos vinhos, “melhorar” o vocabulário e agir com “moderação”.

No entanto, ainda que tenhamos fortes representações advindas de variados meios de divulgação, ainda são escassas as contribuições das ciências sociais, especialmente da antropologia para a compreensão de temas relacionados ao “refinamento” dos hábitos e dos comportamentos. Com apoio nos escritos do notável sociólogo Norbert Elias, que em 1933 já enfrentaria tais vicissitudes, é importante destacar que tais assuntos ainda estão envoltos em um véu de certas resistências acadêmicas. Dessa forma, objetos que aparentemente são considerados “pequenos e fúteis” podem, por meio de uma visão pormenorizada, abrir caminho para realizar análises bastante pertinentes acerca das experiências sociais atuais, bem como para desvendar alguns bastidores acerca das relações de gênero representativas de questões bastante pertinentes a um *status* social, a um estilo de vida e a um “estar-no-mundo”.

Cabe aqui dizer que o objetivo desta pesquisa foi afastar visões essencializadoras percebidas a partir da observação de um imaginário social que associa a etiqueta e a decoração à “coisa de dondoca”, “coisa de rico” e “coisa de mulher”. Com isso, configurou-se como indagação principal da pesquisa: Se a busca do “refinamento” social (expressa na procura por cursos de etiqueta e decoração) é vista como atribuição feminina (o que se depreende do fato de o mercado simbólico e material desse campo ser dominado por mulheres e por discursos direcionados ao universo feminino), como se constitui a experiência social das mulheres envolvidas nessas práticas sociais (casadas, mães, solteiras, donas de casa, empresárias etc.) associadas a grupos de elite para além dos estereótipos sociais e de gênero? Existe um olhar ingênuo – ou, muitas vezes, até romântico,

pulverizado pelos próprios consultores de etiqueta e decoração nos cursos – acerca dessas mulheres e seu papel familiar e conjugal, como tentarei demonstrar. Existe certo automatismo por parte desses profissionais, que poderiam ser chamados de “treinadores do refinamento”. Ou seja, verifica-se um empenho em praticar a “elegância”, quase como se fosse uma catequese. E, nesse sentido, perguntas instigantes emergem, como: por que razão ter dinheiro, mesmo em uma sociedade assumidamente capitalista, não seria suficiente? Minha hipótese inicial foi a de que, para proteger-se de “dissabores” no terreno das “disputas” simbólicas, torna-se necessário possuir valores que envolvam o refinamento que o transformem em distinção e legitimem posições sociais. Nesse sentido, é preciso que as mulheres se convertam, elas próprias, em capital (da família e do marido), esmerando-se em ser alguém de valor “mais alto” que os represente e por eles seja representada, condignamente. No entanto, diante do volume de informações e da complexidade de dados que emergiram durante a pesquisa, dizer que o “refinamento” atua como proteção dos dissabores no terreno das disputas simbólicas é interessante, mas mais instigante ainda é pensar a respeito da ideia de que nesse campo dos “refinamentos” nem sempre o dinheiro fala mais alto. Outros elementos se destacam, abalando categorias já bastante esperadas nesse contexto, como a prerrogativa das altas camadas. Elementos que também pesam muito no campo dos “refinamentos” são aqueles que se situam para além da conta bancária polpuda que se possa ter. São os abalos sentidos em algumas categorias, percebidos por meio da observação em campo de um idioma que se apresenta, apesar das contextualizações propostas nos conteúdos — expressas especialmente nos manuais de refinamento referentes à etiqueta e à decoração, de forma fixa e uniformizadora —, de maneira a descortinar a experiência de mulheres não tão frágeis como se previa, expondo o domínio do “refinamento” não tão restrito ao mundo feminino e a elegância não tão reservada ao mundo dos ricos. Dualidades, ou pares de opostos, como rústico e refinado, homem e mulher, antigo e atual, novo e velho, rico e pobre, público e privado, são categorias que acabam dependendo do contexto e da forma como são acionadas. Isto é, a especificidade e a riqueza desenhadas pela pesquisa do campo dos refinamentos demonstram outros sentidos que estão para além daqueles já esperados.

Procura-se aqui compreender, também, o sentido daquilo que se diz sobre o papel dessas mulheres a partir do discurso sobre gênero veiculado juntamente com os temas

“etiqueta social” e “decoreação” em cursos específicos oferecidos nas cidades de Campinas e de São Paulo e o que as relações de gênero descortinam acerca de redes de pertencimento, sentimentos e projetos familiares, memória e tradição no campo dos refinamentos e, por que não, das relações de poder. A pesquisa encaminhou-se no sentido de desmistificar representações que forçam uma visão passiva do universo feminino, até mesmo pelo fato de a maioria do público feminino interessado em tais temas ter por escolha uma aproximação maior com as demandas do lar. Nesse sentido, o olhar acurado sobre o valor atribuído ao “refinamento” pessoal (etiqueta), à “beleza” e à “harmonia” dos espaços onde se vive (decoreação) não como temas menores, mas como férteis possibilidades de visualização e compreensão de processos sociais vividos por camadas economicamente mais elevadas da sociedade, pode nos levar a uma melhor compreensão de certos arranjos sociais envolvendo seus projetos familiares e gênero. Essas práticas envolvem, ainda, representações sobre memória e tradição enquanto fontes de pertencimento legítimo e de laços sociais menos esgarçados e mais duradouros. Mas não apenas isso. Faz sentido, também, a observação da importância que ganha nos círculos sociais em que pesam as preocupações com o “refinamento”, seja de si, seja da casa, a manutenção das redes que conservam expectativas semelhantes em relação a valores como sentimento de família em um sentido ampliado, incluindo não apenas os membros da própria família, mas, ainda, sua rede de amigos.

Assim, o pleno domínio da etiqueta social (ser) e da decoreação de ambientes (estar) apresenta-se como valor distintivo em um projeto familiar em que as mulheres aparecem como as principais detentoras e mantenedoras dos códigos de “refinamento”. Figuras de proeminência nesses assuntos, seja administrando sua carreira profissional, seja abdicando, às vezes temporariamente, dos trabalhos extraluar, as mulheres conservam-se e cultivam-se como peças fundamentais dessa engrenagem. Agem e são vistas dessa forma. Muitas vezes, não há embaraço algum em deixar o caminho livre para seus maridos construir uma trajetória profissional de sucesso. Se ter prestígio no enquadramento das masculinidades, nesse meio, significa poder atingir o topo da escalada no *ranking* das empresas, tornando-se diretor ou presidente, ser bem-sucedida na vida nessa visão de feminilidade é, entre outras coisas, contribuir para o sucesso e o bem-estar do marido, dos filhos, da família. É interessante notar que as mulheres em questão aparecem como elos fundamentais nas táticas do que chamam de “política da boa vizinhança”. Seja com os maridos ou familiares,

seja com as amigas, a decisão não é pelo enfrentamento ou confronto de pontos de vista, mas pela escolha diplomática, pautada, geralmente, na espera do momento oportuno, e na busca da negociação, e pelas demonstrações, muitas vezes, indiretas daquilo que se acredita ser o caminho mais adequado. Ou seja, há um ideal de papel feminino conformado na elaboração e na manutenção dos valores de *status* mais prezados por sua classe social, por exemplo, os investimentos (materiais e simbólicos) em vínculos de prestígio estabelecidos por meio dos casamentos, da educação dos filhos, do “bom endereço”, do grupo de amigos, dos relacionamentos, afetividades e encontros pautados por determinadas regularidades. Todavia, há também outras formas de feminilidade que ultrapassam os marcadores classe, gênero e raça presentes nessa pesquisa. Sendo negras, detentoras de condições sócio-econômicas não tão elevadas ou mantendo relações afetivas homoeróticas, as mulheres com perfis menos presentes nos cursos mostram, finalmente, as lacunas nas malhas do “refinamento”. Com isso, estas não se constituem, como se previa inicialmente, tão homogêneas. Nem só de exemplares de mulheres “finas e elegantes” é composto ou mantido este universo.

Durante o período de 2000 a 2003, no curso de mestrado em antropologia social do Programa de Pós-graduação em Antropologia Social da Universidade de São Paulo, procedeu-se à investigação das representações envolvidas na busca pelo “refinamento” social do ponto de vista de quem procura aprender e de quem oferece, na cidade de São Paulo, o ensinamento das regras de comportamento denominadas “etiqueta social”. Esses ensinamentos constituem o produto oferecido nos cursos de etiqueta por profissionais, de origens e formações variadas, a uma igualmente variada gama de alunos. À luz da bibliografia sobre o tema e com base em pesquisa de campo, foi possível concluir que a etiqueta, como noção polissêmica e elástica, abarcando vários usos e significados, sobretudo nos meios de comunicação de massa, pode ter uma aproximação com as camadas mais populares, tornando-se um bem de consumo simbólico capaz de possibilitar muitas leituras. Vista, muitas vezes, no senso comum, como “frescura” ou “domínio dos ricos”, a etiqueta, conforme esta pesquisa demonstrou, é um campo que pode ser cindido entre aqueles que se veem como os detentores legítimos de um “bem comportar-se”, associando-se a uma “etiqueta herdada”, vivenciada em âmbito familiar, e aqueles que construíram seu cabedal de refinamento nas vias do mercado, profissionalizando-se por meio de cursos,

portadores, então, de uma “etiqueta adquirida”, comprada como qualquer outro bem de consumo, lida, pelas primeiras, como “falsa”.<sup>2</sup> Assim, obviamente, várias questões permaneceram no horizonte da análise, razão pela qual decidi dar continuidade às reflexões, agora a partir de outros olhares e outras perspectivas. Tal retomada deve-se ao fato de ter, ainda no período do mestrado, observado e registrado, a partir dos dados etnográficos, certa tendência de associação do tema etiqueta ao universo feminino, e por isso as indagações sobre as relações de gênero emergiram com tanto vigor. As questões de “elegância e refinamento” eram frequentemente ancoradas nas mulheres e em suas áreas de influência: a família, o seu sucesso social e o profissional do marido, salvaguardando aos homens seu espaço em um lar “aconchegantemente decorado” e “governado” por esposas sempre “bem humoradas”. Discursos como esses foram fartamente observados por meio do acompanhamento sistemático. Isso possibilitou a compreensão de discursos sobre “elegância” coletados nas aulas de etiqueta, que, repetidos quase como um mantra, passaram a me inquietar.

## **Metodologia**

### *O campo: negociando meu lugar*

Quando passei a residir em Campinas, cidade do interior do estado de São Paulo, minha inquietação e curiosidade diante da procura por aulas de etiqueta e decoração fora da metrópole paulistana cresceram. A busca se intensificou ainda mais no momento em que, procurando por cursos de etiqueta na cidade (e diante das não muito felizes tentativas), encontrei um “curso de decoração de interiores”, que, segundo algumas informantes, suas ex-alunas, apresentava contornos relacionados à etiqueta ou o que elas, de alguma maneira, consideravam relacionáveis à minha pesquisa. Surpreendentemente, essa tornou-se uma entrada etnográfica rica, pois, por meio do contato com a etiqueta e decoração de interiores,

---

<sup>2</sup> Para mais reflexões acerca dos encaminhamentos desenvolvidos: Pereira, Daniela Scridelli. *Em busca do refinamento: um estudo antropológico da prática da etiqueta*. São Paulo: Annablume, 2006.

dois temas que já tinham sido apresentados como “parentes” pelos próprios profissionais envolvidos nas áreas em questão, pude ir além daquilo que ronda o senso comum a respeito do universo da etiqueta social e da decoração de interiores e que os vê como um conjunto de hábitos e gosto pautado em “ninharias”, “futilidades” e “frescura”. A experiência acabou sendo muito maior do que eu poderia imaginar, especialmente em termos das questões que emergiram.

A situação enfrentada em Campinas desenhou-se, contudo, de maneira um pouco diferente da paulistana, onde a construção da familiaridade com os entrevistados ficara comprometida pelo ritmo de vida da cidade, posto que muitas pessoas amparavam-se em justificativas bem conhecidas no imaginário sobre os paulistanos para evitar entrevistas formais: “a pressa que envolve o cotidiano”, os “horários desregulados” que enfrentavam diante das incumbências relacionadas ao trabalho e ao trânsito caótico da cidade, enfim, problemas enfrentados pelas populações das grandes metrópoles, sem contar minha condição de pesquisadora (devidamente apresentada como mestranda na Universidade de São Paulo), mas “ilustre desconhecida”.

Em Campinas, descobri, quase por acaso, que a professora que ministraria o curso no qual eu tinha interesse e com a qual já havia tentado fazer contato por várias vezes sem sucesso, era amiga de uma vizinha de minha tia. Daí para eu receber o tão esperado retorno das minhas ligações e agendar a primeira conversa para inserção naquele espaço foi tudo muito rápido, apenas um telefonema.

As “negociações” para minha tão esperada entrada nesse campo iniciaram-se em outubro de 2006. Em março de 2007, eu estava devidamente matriculada no curso de decoração oferecido pela professora e decoradora MPM, em um espaço cultural muito conhecido na cidade, o Casarão, localizado no bairro Gramado, conhecido pelo alto padrão, em Campinas.

Assim, minha posição nesse novo universo de pesquisa se deu de maneira inversa à vivida na Capital. Não era mais uma “ilustre desconhecida”, mas parente de alguém da engrenagem social em foco, o que me causou, posteriormente, grandes preocupações no sentido de não ser tomada como “espiã”. Não apenas por manter laços estreitos nesse grupo social como também em relação à etnografia que estava começando em um campo cuja vulnerabilidade eu percebia. Tudo poderia ser posto a perder com um passo em falso,

principalmente quando a professora “brincava” de me chamar de “espiã” ao me encontrar, nos intervalos das aulas, nos corredores do Casarão.

Não foi muito difícil notar que a rede que se esboçava era constituída de fios importantes a serem seguidos, não por acaso composta por mulheres pertencentes à elite campineira.

A partir desse momento, comecei a me afastar da percepção inicial, que concebia o universo feminino em questão como universo da passividade. Essa hipótese enfraqueceu-se, pois o que notei a partir da movimentação dessas mulheres em torno do esforço pela manutenção de valores tradicionais relacionados, especialmente, à família, demonstrava por parte delas um papel ativo e uma considerável facilidade de negociação com seus maridos: parecia não haver passividade nem enfrentamento.

A casa e o comportamento social mostraram-se como portas de entrada para entender mais profundamente os valores relacionados à manutenção da memória, dos projetos familiares e da tradição enquanto elementos que podem ser herdados ou fabricados a fim de organizar um ambiente (lar) tido como seguro, afetivo e aconchegante.

A observação direta do campo foi realizada durante oito meses de acompanhamento do curso de decoração ministrado por Pompeia, como ela é chamada pelos alunos, no Casarão, acrescidos de dois cursos mais rápidos, mais acessíveis ao grande público e que ocorreram durante um mês, com uma carga horária cumprida em aulas que aconteciam duas vezes por semana, com duração de duas horas cada, de etiqueta e decoração oferecidos pelo SENAC-Campinas. A escolha desses dois cursos deveu-se ao fato de que as observações que vinha fazendo no Casarão necessitavam de um contraponto ou de uma confirmação. A observação desses cursos possibilitou-me muito mais do que imaginara inicialmente, de um lado, o acesso a um público (também majoritariamente feminino) com buscas semelhantes, mas de frequentadoras de um curso bem mais acessível financeiramente e, de outro, a aproximação com um comportamento mais desprezioso, menos policiado, no sentido de pouco interessado em vigiar a si e os demais, proporcionando mais facilmente o acesso ao simbólico e inestimável aspecto das “gafes”, que acaba por “desarrumar” este campo.

Dessa forma, a frequência semanal em que ocorriam esses cursos possibilitava o encontro assíduo com as alunas, que eram maioria, embora, esporadicamente, aparecessem alguns alunos do sexo masculino. É importante salientar que a experiência no curso mais

longo foi de grande relevância por ter proporcionado contatos com conteúdos e motivações mais profundos das alunas, como a valorização dos projetos familiares, por meio da preocupação com a decoração das casas (seus lares), a possibilidade de atuarem como catalisadoras das relações afetivas com familiares e amigos e, também, a atenção destinada por elas às questões relacionadas à corporalidade como uma instância na qual se pode reconhecer uma posição social, tornando-se, assim, mais simbólica que um *status* baseado, pura e simplesmente, no poder econômico, especialmente no que se refere às crianças. Este universo de pesquisa apresentou uma diferença bastante significativa em relação ao do mestrado, por ter possibilitado o contato direto e aprofundado com o grupo que consome tais bens simbólicos. Isso permitiu questionamentos e observações acerca do “como” e “por quê” dessas buscas, aproximando-me do sentido social que essas práticas condensam.

Ao todo, foram realizadas 53 entrevistas, a partir das quais, munida de um questionário previamente elaborado com perguntas semiabertas, a pretensão era fazer um mapeamento do público frequentador daquelas aulas, ainda que tivesse uma ideia de que o preço dos cursos já fazia uma prévia seleção. As perguntas iniciais, que davam conta da localização geográfica ou endereço desses alunos, levaram-me a saber o quanto as pessoas se dispõem a deslocar-se em busca desse “refinamento”. É importante notar que da referência total de entrevistas, 21 foram feitas em Campinas, tendo o restante sofrido uma releitura — ou seja, as entrevistas colhidas ainda no momento do mestrado foram utilizadas e relidas à luz da nova bibliografia enfocada nesta pesquisa, o que trouxe novas reflexões, que, somadas às antigas me possibilitaram o acesso a um manancial muito rico referente às malhas dos “refinamentos”.

É importante salientar que o público frequentador composto majoritariamente por mulheres congrega diferenças, diferenças estas que me levam a defender a ideia da não homogeneidade ou universalização desta categoria.

Assim, ainda que a maioria seja oriunda da cidade de Campinas, uma parte considerável das alunas reside em cidades próximas, como Americana, Pedreira, Indaiatuba, Sumaré, Hortolândia, Holambra, Jundiaí, Valinhos, Araras, Itapira, Mogi Guaçu e Paulínia. A indicação de residência levou-me a conhecer o bairro onde residiam, o que acabou me auxiliando a traçar outro perfil, que passa a ser mais um exemplo de local da habitação como localizador simbólico para o qual se almeja, ou ao qual já fazem parte

ou, ainda, ao qual não gostariam de fazer parte dentro das malhas do “bem pertencer”. Em seguida, destaco essa distribuição em termos da importância social dos bairros, classificação essa que foi configurada a partir das falas e depoimentos dos entrevistados: **grupo 1** - Cambuí, Chácaras Gramado, Jardim Paineras, Parque da Hípica, Vila Brandina e Nova Campinas; **grupo 2** – Condomínios residenciais: Alphaville, Estância Paraíso, Shangrilá e bairros como Taquaral e Mansões Santo Antônio e **grupo 3** – Jardim Carlos Lourenço (localizado próximo ao supermercado Extra Abolição) e Parque São Bernardo (localizado próximo ao Cadeião da cidade), considerados bairros periféricos. A outra parte do questionário pretendia destacar informações relativas ao estado civil, existência ou não de filhos e faixa etária, com o objetivo de confrontar as tendências que apareciam na pesquisa e as experiências do público. Seguidas pela informação da escolaridade, formação e coleta de dados acerca da inserção ou não no mercado de trabalho, bem como a formação e profissão do marido. Constituiu-se como interesse também a busca por dados que permitissem uma leitura acerca dos tipos de esportes escolhidos ou atividades artísticas, assim como clubes esportivos da preferência.

O objetivo era apurar as representações que permeiam o refinamento dos hábitos esportivos e artísticos, já que há um imaginário acerca dessas práticas. Constatou-se que ainda é importante para esses grupos a prática de esportes, principalmente para os filhos(as). No entanto, a ênfase não recai em qualquer tipo de esporte, mas, especificamente, no tênis, hipismo (para meninos e meninas), ginástica e pilates (para as meninas) e futebol para os meninos. Como atividades artísticas se destacam aulas de pintura, música ou dança (balé e jazz) para as meninas e a associação a clubes esportivos, como Hípica, Cultura Artística, Tênis Clube e Circulo Militar. A esse montante juntei meus dados da pesquisa de mestrado realizada na cidade de São Paulo. Isso foi possível pelo fato de o perfil dos consumidores desse tipo de bem simbólico, nos dois campos, ser bastante semelhante, ainda que se esteja tratando de dados de uma metrópole e de uma cidade do interior. A questão que está em jogo é que tanto a etiqueta social quanto a decoração despertam o interesse de grupos que estão em ascensão social e econômica e que,

principalmente, estão se inserindo em determinado grupo de *status*<sup>3</sup>; ou seja, que compartilham códigos que independem de sua localização geográfica. Esses grupos manipulam dados culturais e sociais advindos de sua posição socioeconômica diferenciada. Mas, sobretudo, seus integrantes participam do um mesmo estilo de vida em que a posse de bens, pura e simples, não confere o impacto predominante e final. Não basta ter; é imprescindível ser. Há um *plus* com que se preocupar – a “boa apresentação” –, não só da casa como dos membros da família, por meio de uma ritualização do comportamento que os alce à condição de “refinado”. Atitude mais significativa do que com o acúmulo de bens *per se*. Logo, a procedência da elite em questão e o compartilhar semelhanças em termos dos *habitus*<sup>4</sup> — ou seja, do conjunto de valores sociais estruturadores e estruturantes, diferenciados e diferenciadores — tornam indiferentes a preocupação com a localização geográfica em termos da cidade, a não ser na maneira como a etnografia se constrói, assim como as teias sociais, que passam a ser enfrentadas também pela pesquisadora.

Não passou despercebida minha situação nessa pesquisa, assim como não conquistei um mero “lugar” na elaboração desta etnografia. Seja por laços de parentesco que, ainda assim, não me fazem confundir meu comprometimento com conteúdos mais elaborados que possam advir da observação reiterada deste universo, seja pelo próprio gênero que informo, tenho uma localização que me fez enfrentar problemáticas a partir de um ponto de vista privilegiado: a do universo feminino. (Conforme citei anteriormente, a participação do público masculino nessas áreas ainda é muito escassa, os homens são muito parcimoniosos e desconfiados quando abordados para entrevistas, e com posturas tímidas, quando se percebem em minoria.) Nesse sentido, por constituírem a maioria e, gradativamente, possibilitarem inquietações que quebrariam, posteriormente, algumas representações

---

<sup>3</sup>A compreensão da noção “grupo de status” está sendo utilizada a partir das elaborações do sociólogo Max Weber. Ou seja, um grupo de indivíduos que compartilham uma determinada “situação de classe”, mas não se prezam meramente pela posse. Possuem um estilo de vida específico, que os congrega no mesmo círculo social e garante “distinções de status” asseguradas não apenas por convenções, mas pela atenção concedida a aspectos ritualizados (Weber, 1977). É fundamental ressaltar que tais compreensões que se tornaram clássicas em seu pensamento, serviriam, mais tarde, de base a elaborações de Pierre Bourdieu e Marshall Sahlins a respeito de perspectivas diferenciadas sobre o mercado de consumo de bens simbólicos.

<sup>4</sup>A noção de *habitus* aqui destacada é aquela compreendida por Pierre Bourdieu acerca do “espaço social e espaço simbólico” como um princípio que traduz a posição ocupada pelo indivíduo na sociedade; ou seja, esse conjunto, ou teia, de significados e de valores socioculturais, a partir do qual se emerge e que opera “classificações oriundas de um determinado gosto e que permite estabelecer diferenças, discernir e distinguir” (Bourdieu, 1996, p. 23).

bastante consolidadas no senso comum, as mulheres foram sistematicamente acompanhadas (o que não impediu que os homens fossem, também, observados).

Todavia, uma análise da perspectiva masculina sobre etiqueta e decoração constituiria outra etnografia, pois demandaria um tempo maior de aproximação e posterior elaboração de conteúdos e, por consequência, o foco da análise se destina, pela própria riqueza etnográfica apresentada, ao universo feminino. Tal universo, na pesquisa, é composto, majoritariamente, por mulheres situadas na faixa etária entre 26 e 55 anos, com atividades em horários flexíveis, por serem proprietárias de lojas ou exercerem cargos em que elas mesmas são responsáveis pelo horário a ser cumprido. Há também uma categoria de mulheres que não trabalham fora de casa. Estas aparecem de forma reduzida na pesquisa. As conversas ou entrevistas revelam que admitir a inexistência de vínculo empregatício pode causar às mulheres pertencentes a camadas mais abastadas certo constrangimento. Contornar certos infortúnios e perguntas a respeito daquela situação diante de outras mulheres que possuem um trabalho, mesmo que a relação com este seja bastante flexível, parece uma tarefa difícil. No entanto, tal preocupação parece se apresentar de forma menos complicada para aquelas que possuem um nível sócioeconômico mais baixo, ainda que sejam sustentadas por seus maridos, pois se sentem aliviadas e livres para vivenciarem outras experiências que não a do trabalho pesado com o qual foram expostas durante anos de suas vidas. Já para aquelas pertencentes às camadas mais elevadas, ser consideradas apenas “do lar” ou “mãetoristas” (mulheres que se transformam em motoristas de seus próprios filhos e que, por não trabalharem fora de casa, ficam responsáveis pelo transporte deles para as diversas aulas que possuem ao longo do dia) parece conferir à imagem delas — não apenas a que tem sobre si mesmas, mas a que família e amigos podem tecer — um risco de inferiorização.

Os homens, quando aparecem, têm idade entre 18 e 45 anos e chegam aos cursos com a justificativa de sua relevância para a área profissional: são executivos em ascensão social que desejam refinar o comportamento ou proprietários ou funcionários de lojas de decoração que buscam melhor qualidade no atendimento aos clientes. Os homens aparecem em menor número, também, no quadro dos profissionais que se dedicam a essas áreas nas quais se vê uma maioria de consultoras com idade entre 35 e 70 anos, valorizadas segundo a apresentação de credenciais, ou seja: demonstrar que possuem um cabedal de informações

e, especialmente, vivências que as tornem respeitáveis “modelos” do bem comportar-se. Tais consultoras apresentam-se, frequentemente, como detentoras de um “currículo” que, na maior parte dos discursos acompanhados, pode advir da tradição (história) familiar, mas, também, pode oscilar entre uma legitimidade construída, ora nacionalmente, em cursos nas áreas em que atuam ou áreas como moda, artes e comunicação, ora internacionalmente, por meio de viagens nas quais aproveitam estágios e/ou outras atividades profissionais dos maridos para obterem “diplomas” que as inserem nesse universo de forma muito mais competitiva.

Quanto às entrevistas, além das respostas às minhas questões, elas trouxeram a oportunidade de minha presença na residência das alunas (na maior parte das vezes, situadas em bairros de camadas elevadas de Campinas e condomínios residenciais de alto padrão, como fiz referência anteriormente), tornando esta experiência frutífera e fundamental. Ali, foi possível observá-las em seus ambientes e verificar a distância ou a aproximação das imagens e dos discursos que via e ouvia em sala de aula, observar a decoração dos ambientes, o mobiliário, objetos e sua utilização. Algumas entrevistadas demonstraram alegria em me receber e em apresentar uma parte de sua história, um pouco dos enredos que abarcavam a aquisição de cada objeto que conquistara seu lugar na estante. Outras, certamente, só me receberam por questões de manutenção das teias sociais, devido ao meu lugar nessa rede.

É interessante destacar que essa etnografia foi se constituindo por meio da percepção de um universo que esteticamente parece bastante convidativo, conforme comentários de colegas pesquisadores, mas percebido por mim como repleto de meandros e de negociações. Abrir a casa e os hábitos foi, sem dúvida, para minhas entrevistadas, uma prova de confiança. Mas prova maior estaria por vir: a “hora do cafezinho”, momento em que o gravador era desligado para comermos o bolo preparado previamente para aquele encontro e quando as falas (quase) ensaiadas da entrevistada saíam de cena para dar lugar a conversas mais prosaicas, como a espera de minha chegada, a qualidade do que comíamos, os enfeites na porta da geladeira, as viagens curtas ou longas dos maridos, suas ausências, suas participações, a tão esperada chegada do primeiro filho. Mas, também, a obrigação em me receber e manter a “política da boa vizinhança”, a fala cifrada e econômica, a preponderância do filho e dos amiguinhos dele em detrimento de nossa conversa, o toque e

a emergência do atendimento telefônico. Enfim, todos esses fios que tecem a trama etnográfica e que me possibilitaram as leituras propostas nesta pesquisa.

Dessa forma, os resultados desta pesquisa estão organizados da seguinte maneira:

Na Apresentação, demonstro como se constrói o campo dos refinamentos composto pela etiqueta e pela decoração de interiores, de forma que se possa compreender a importância da interferência do imaginário social existente sobre esses temas, que passam a ser subvertidos ou modificados a partir da etnografia dos manuais de refinamento, dos cursos e das entrevistas com os alunos e com os professores. Ainda nesta parte, é apresentado o referencial teórico antropológico utilizado para a compreensão e ampliação das visões sobre esses temas, bem como as “disputas” simbólicas a eles inerentes.

Os três primeiros capítulos — “Observando a constituição das malhas do ‘refinamento’ a partir dos manuais de etiqueta e decoração”; “Pílulas de ‘refinamento’: decoração em revistas” e “Modelos de ‘refinamento’ quem vêm da televisão” — apresentam os manuais de etiqueta publicados no Brasil entre 1900 e 2000 como fontes impressas que possibilitam a visualização de uma experiência social que vai ganhando fôlego e que conquista importância por influenciar os encaminhamentos dados aos variados temas de comportamento social nos cursos. Assim, mostro, por meio de um olhar sistemático sobre os conteúdos de tais livros, revistas e programas de TV a partir da perspectiva das relações de gênero, os temas que mais aparecem e onde é possível adquirir, fora da educação familiar, conhecimentos sobre o assunto.

O objetivo é, também, demonstrar, a partir do olhar reiterado sobre os manuais de etiqueta e de decoração, a conexão que se firma e que pode ser percebida entre os dois temas, de forma a possibilitar sua apreensão no meio televisivo, característica que amplia ainda mais esse mercado de consumo de bens simbólicos associados ao refinamento que se visualiza também nas revistas especializadas. A partir disso, conforma-se a conquista de um público interessado e que compreende a necessidade da aquisição ou manutenção de um código que possibilita movimentações sociais. No entanto, não estamos falando de um código puro e simplesmente, mas que, sendo lido a partir do acompanhamento da longa observação referente às fontes escritas, apresenta-se como um idioma, uma linguagem social, que ora se insinua por meio de comportamentos “elegantes”, ora por ornamentações

“refinadas” da casa, não deixando de organizar um espaço e tempo de convivência em que as relações de gênero acionam representações significativas e, muitas vezes, distantes do “terreno das futilidades”.

Outro ponto importante desta parte é a percepção da relação masculino-feminino, a partir da qual a percepção de uma feminilidade que à primeira vista e olhada de relance poderia aparentar a repetição de um modelo de submissão das mulheres surpreende, por apresentar contornos de um poder construído silenciosa, discretamente e de maneira “delicada, fina”, confirmando a negação de tons “abruptos” no desenrolar do cotidiano. Assim, como o “refinamento” dos hábitos e da casa, o que envolve os interessados nesses assuntos é um processo de espelhamento em um imaginário composto por atitudes refinadas, ancoradas em pretensas tradições europeias. Todavia, no Brasil as atitudes do dia a dia tornam-se dignas e herdeiras de um mercado de consumo que encontra neste século enorme fôlego e demanda, teimando em subverter a tão propalada “elegância das elites estabelecidas”, conservadas pelo lastro de tradição originado no seio familiar.

Nos dois últimos capítulos — “Espaços de ‘refinamento’ (de si e da casa)” e “Feminilidades, sonhos, lembranças e histórias de vida” —, apresento os cenários em que estão imersas essas alunas, ou seja: como são esses cursos, onde eles acontecem, como são esses ambientes, onde as aulas ocorrem, bem como a escolha dos objetos decorativos por parte das alunas, os comportamentos e uma determinada leitura que indica a feminização dessa prática relacionada ao modelo e à representação de um lugar social onde as portadoras dos saberes tradicionais são consultoras, professoras ou, como eram chamadas em tempos remotos, “preceptoras” de etiqueta. Além da compreensão de como se dá a constituição desse universo de maneira a “feminizá-los”, — ou seja, primeiro, de forma historicamente construída e, depois, pela reiteração de discursos direcionadores —, é importante desnudar essa feminilidade, demonstrando que essas mulheres não estão, como transparece o imaginário a seu respeito, inertes no véu da passividade, nem se contentam em ter apenas “presságios” ao invés de “sonhos”, como diz a música<sup>5</sup>. Pelo contrário, dedicam-se a construí-los, o que evidencia algumas particularidades em termos de suas trajetórias socioculturais e redes de pertencimento, como alunas. O mesmo sucede às

---

<sup>5</sup> Esses trechos foram retirados da música de composição de Chico Buarque e Augusto Boal, intitulada “Mulheres de Atenas”, do álbum “Meus caros amigos”, de 1976.

professoras, que têm, também, a chance de demonstrar e fazer uso de um aparato que se apresenta como “distintivo”, baseado em um imaginário pautado na “tradição”, que consagra um enredo de herança e memória familiar.

Na Conclusão, tem-se o resumo dos principais achados da pesquisa.

## **Diálogos teóricos**

Partindo da observação de que o espaço da casa, terreno no qual os temas “Etiqueta” e “Decoração” são praticados e ganham sentido como fortemente feminilizados, considero de importância principal compreender como opera a categoria gênero nessa seara, já que é a partir dela que as malhas do “refinamento”, mescladas por marcas de feminilidade e masculinidade, se constroem.

Dessa forma, tornou-se imprescindível acompanhar as pistas de como o gênero aparece no “refinamento”, sem perder de vista seus entrecruzamentos com marcadores de classe, raça e sua associação com discussões sobre um mercado de consumo que se estabelece de maneira simbólica, sendo representado pela “compra” de comportamentos coerentes a tal experiência.

Perceber nas fontes impressas destacadas a possibilidade de entendimento de um repertório que alimenta a prática das consultoras, ao mesmo tempo em que nutre um imaginário social que serve de referência para as alunas nessas áreas temáticas, tornou tarefa necessária a apresentação deste material. Por isso a importância concedida a uma análise de fôlego destinada aos manuais de etiqueta e de decoração e, posteriormente, às revistas e programas de televisão que servem de estrutura de compreensão para o mergulho no conteúdo presente nos cursos e seu público, abordados logo em seguida.

A imagem desse universo constitui-se tal como um emaranhado que turva um olhar afoito e, muitas vezes, viciado por imagens compostas há tempos e que ganham força na repetição do senso comum, qual seja: de temas prioritários de mulheres, casadoiras e de camadas médias altas fúteis. A observação participante possibilitou a visualização de

camadas e mais camadas de refinamento e de perfis de mulheres, prioritariamente, mas de homens também, além de um público pertencente a camadas não tão altas assim como se poderia imaginar. Depois de separar fio a fio, vou oferecendo destaque não às verdadeiras razões na qual está envolta essa malha, mas às observações distintas das já conhecidas. Este foi o objetivo: mostrar o quanto algumas noções de “ordem”, “regulação” ou “repetição” cotidiana conquistam sentido, ao lado de orientações destinadas às artes em geral, como pintura, escultura, música e literatura, que servem para a conformação daquilo que se chama de um *ethos* “refinado”, ao invés de dizer simplesmente “coisa de rico”.

Como domínio compreendido como diferenciado e diferenciador, também não faz sentido nomeá-lo de “coisa de dondoca ou coisa de mulher”, pois aqui os sujeitos femininos se distinguem e as feminilidades que emergem não se constituem como bloco único ou homogêneo. Um bom exemplo a esse respeito pode ser sintetizado nas expressões utilizadas ora como *dona da casa*, ora *dona de casa*. Essa mudança de grafia representa distintas simbologias. A primeira forma denota um diferencial em relação à segunda por remeter a um poder singular de governar a casa, o casamento, os filhos e os criados, definindo uma nova relação consigo mesma e com os laços familiares: tudo passa, e deve passar, pelos seus olhos. A dona da casa expressa uma movimentação pelos espaços do lar de forma mais expressiva, pois a ela se associa uma dose a mais de poder, e não de dependência. A ela, e a mais ninguém, cabe a “orientação” dos gostos, dos comportamentos, dos aceites e das recusas acerca de algo. A dona de casa seria um sujeito mais afável, talvez mais afeito às obrigações conclamadas pelos membros da família e menos ativa que a outra categoria, a de dona da casa (Kofes, 2001).

Dessa forma, trata-se de um estudo que tem o gênero como porta de entrada para a compreensão de problemáticas que aqui se apresentam como potencialmente ricas em olhares e perguntas fundamentais. Todavia, diante do reconhecimento de tanto empenho dispensado pelas pesquisadoras feministas a fim de afastar ideias estereotipadas e sabendo que gênero pode ser visto e compreendido das maneiras mais diversas, dependendo da perspectiva ou foco que se objetive e da vertente teórica direcionadora das reflexões, a percepção que parece mais fértil para este trabalho é compreender gênero como metáfora que alude a diferenças relacionadas a feminilidades e masculinidades que variam de sociedade para sociedade.

À maneira da antropóloga feminista Marilyn Strathern, que propõe análises das mais relevantes nesse sentido, é que destaque que o objetivo que se pretende alcançar consiste em abordar de maneira diferente dos olhares já existentes uma compreensão que tome o espaço doméstico referente ao “refinamento” não como seara das donas de casa dependentes e inativas. Isso está relacionado ao marcante esforço atribuído às pesquisadoras e às críticas feministas enunciadas de forma veemente na década de 1970. As mulheres que continuariam a ser vistas como seres infantilizados, tornam-se, a partir desses investimentos, coautoras das experiências que têm como palco a vida cotidiana não menos importante que as relações sociais que se dão fora do âmbito privado (Strathern, 2006:164).

Assim, para “bem frequentar” ou movimentar-se pelas malhas do “refinamento”, é preciso saber manejar uma gramática recheada de regras que podem ser resumidas em signos associados à tradição, à antiguidade, à ancestralidade. Estes constituem-se em critérios de aceitação social, cujas mantenedoras são as mulheres. São elas que saem em busca de informações e/ou atualizações, e por isso não configuram um tipo de feminilidade submissa, mas orquestradora de um meio social que exige “jogo de cintura” para que a movimentação se conserve. Nos lares ou organizando os interstícios sociais nos quais a família está imersa, as mulheres movimentam-se “delicadamente” poderosas (Certeau, 1994; Carvalho, 2008).

Ainda na tentativa de subverter imagens estereotipadas sobre a domesticidade, foram de grande estímulo as propostas analíticas da feminista Anne McClintock<sup>6</sup>, que, ao lado das de Strathern, possibilitaram o desvio do tema do “refinamento” do horizonte de representações estreitamente pautadas no senso comum e repetitivas. Suas ricas interpretações acerca do culto da domesticidade, desenvolvidas de forma questionadora, ampliam intensamente a visão sobre uma feminilidade que não se constrói de maneira

---

<sup>6</sup> Também nessa linha de reflexão, é importante ressaltar os escritos de Bonnie Smith (1989). Nessa obra, a autora oferece subsídios para o desvio de idéias uniformizadoras acerca das participações das mulheres na vida cotidiana, de maneira a mantê-las na subserviência e dependência. Seu estudo direciona nosso olhar para a questão de mais uma exceção no terreno das atividades femininas que não se restringem aos afazeres domésticos, como se fossem personagens exclusivas destes cenários. Muito pelo contrário, ainda em pleno século XIX, época vitoriana e repressora, Smith atesta que esposas de industriais do setor têxtil tiveram uma participação profissional efetiva acompanhando tanto a contabilidade das empresas quanto o próprio encaminhamento dos trabalhos. Assim como governavam seus lares, auxiliavam na boa orquestração da produção e liderança das empresas, conformando um perfil bastante diferente do esperado: apenas boas mães e boas esposas imersas em um mundo de divagações e presságios.

vitimizada e em desvantagem, como seria de se esperar em meu campo de pesquisa, mas de maneira inversa. Sua análise afasta as imagens que alocariam as feminilidades “refinadas” no terreno do ócio, supostamente visto como desocupação, mostrando, ao contrário, que elas têm um lugar de poder. Tão importante quanto o dos homens no mundo do trabalho. E é na casa – ou, melhor dizendo, nos lares - que elas encontram essa possibilidade. O espaço doméstico possibilita outros tipos de vivências que não podiam ser mostradas como empreendedoras e ativas, pois o mundo do trabalho é reputação dos homens. No entanto, é significativo pensar a domesticidade e toda a relação de cultivo do “bem comportar-se” e do “bem ornamentar” a casa como formas de separar camadas de significados e, assim, mostrar que as mulheres de camadas médias altas não vivem apenas em um sistema de dependência na qual estão submissas.

Adentrando e tendo acesso a camadas e mais camadas que compõem a seara dos “refinamentos”, percebi que mais do que o consumo de um bem simbólico, as mulheres — sujeitos permanentes na reprodução e/ou transformação das noções que criam o imaginário dos refinamentos — mostram-se muito menos constrangidas que os homens em querer aprender mais sobre esses temas, e não apenas “comprar” uma “orientação ou sugestão” para “bem viver” ou “bem decorar” sua casa. Mais do que o consumo de orientações para a compra de móveis capazes de “ornamentar” suas casas ou a frequência a um curso para o aprendizado de regras de etiqueta, tais alunas desejam um algo a mais, que é representado, muitas vezes, na “afetividade” da escolha de um quadro e não outro, de um enfeite em detrimento de outros, da coleção de objetos conquistados em viagens variadas, ora na companhia da família, ora em viagens a trabalho, ora apropriados pelo marido em uma de suas viagens de negócio. Importa menos o contexto, e mais a história ali encerrada. Cada objeto configura um texto singular e particular da experiência das pessoas que vivem em uma casa, que, juntando-se à outra, a do “aprimoramento” dos gestos, dos hábitos, compõem o universo dos “refinamentos”.

Por isso, ler as malhas do “refinamento” pautando-se na compreensão de que este se resumiria em um consumo do tipo conspícuo, como se poderia imaginar a princípio, não traria ganhos relevantes para a pesquisa. O mais interessante a se analisar é como se constitui esse universo que é composto por algumas “credenciais de autenticidade” que não necessitam de características especialmente genuínas, mas que estruturam uma noção de

pessoa “refinada”, em conjunção com a valorização de um projeto familiar, que se corporifica nos lares. Ou seja, mais do que um consumo “fútil” de regras para “bem viver” ou “ornamentar” a casa, emergem histórias de vida, memórias, lembranças e o próprio relato do dia a dia, que possibilita que se veja nas experiências destas mulheres um repertório diverso daquele que poderia emergir se fossem olhadas de relance e alocadas como vítimas de séculos de submissão ou apenas coadjuvantes de um mundo “rico”, privado, “refinado” e “masculino”.

Os estudos clássicos salientados pelo sociólogo Pierre Bourdieu acerca das questões relacionadas ao gosto e ao consumo de bens simbólicos associados a condições sócioeconômicas aprendidas em âmbito doméstico como diferenciadas e diferenciadoras são de grande validade aqui (Bourdieu,1983). Suas ponderações ajudam a compreender a complexidade da categoria “refinamento” e, por conseqüência, a associação com a ideia de malha e de suas inúmeras ramificações reflexivas.

Foi o que vimos na constituição da história social do “bem morar” e do “bem comportar-se”, pois, à medida que aumentam as condições socioeconômicas, não emerge apenas o desejo por uma casa “melhor”, mas almeja-se também a transformação dos padrões de comportamento resumidos na linguagem corporal, nos gestos, na fala, no vestuário, nos hábitos ao comer, nos cardápios mais adequados às situações, no tom de voz nas variadas circunstâncias, na procura pelo encaixe ideal entre as condições sociais e a experiência social. Com o capital econômico, muda-se, reforma-se, compra-se uma casa e decora-se. Mas, sem as conquistas advindas de uma transformação que alce esses sujeitos a uma posição social diferente, que, aqui, sim, prevê uma mudança de capital cultural, social e simbólico, não se modifica com tanta facilidade um comportamento praticado reiteradamente. É com discursos repetidos reiteradamente pelas professoras, pelas orientações concedidas nas aulas, que as mulheres tomam contato com as engrenagens ou, melhor dizendo, com determinado *habitus*, o do “refinamento” (Bourdieu, 2004).

Esse *habitus* “refinado” é composto por um conjunto de atitudes incorporadas no seio familiar de forma “estruturada e estruturante”, pois, ao repetir-se cotidianamente, aciona e molda os sujeitos envolvidos em uma aprendizagem e prática que prevê a absorção de conteúdos nos quais devem estar presentes também conhecimentos sobre “belas artes”, ou seja, domínios sobre pintura, escultura, principalmente. Pensar à maneira de Bourdieu

nos ajuda a entender que faz parte da constituição do repertório de uma experiência “refinada” dominar uma linguagem coerente com aquele meio, desde o tom de voz até o vocabulário empregado, especialmente na etiqueta, tais como “discrição”, “delicadeza” e, na decoração, “simetria”, “antiguidade”, “harmonia”.

Entretanto, há que se destacar que as análises de Bourdieu atuam no sentido de iluminar meu objeto de pesquisa para que se possa perceber, então, ao final, que entre o *habitus* conceituado como um mecanismo desenvolvido quase como uma “segunda natureza” por aqueles que o experimentam desde a mais tenra idade e o comportamento das mulheres aqui enfocadas há um distanciamento, já que o que é possível afirmar é que elas mais se aproximam é de um *ethos* “refinado” e que poderá ser treinado.

Além desse olhar, fui sendo conduzida, por meio da literatura antropológica e sociológica, a pensar e compreender também que as pessoas adquirem coisas ou comportamentos por diversas razões que não apenas aquelas direcionadas unicamente pelo consumo ostentatório. Assim, pude constatar que o consumo cria laços, relações entre as pessoas e o mundo que as cerca, gera reciprocidade, insere, exclui. Dessa forma, contribuindo ainda mais para o afastamento dos véus que poderiam continuar encobrendo imagens recorrentes no terreno dos “refinamentos”, destaco o olhar de Igor Kopytoff (2008) sobre a biografia das coisas. Sua proposta é relevante para os estudos aqui em pauta por buscar compreender de que maneira as relações existentes entre a aquisição de um objeto ultrapassam a escolha meramente regulada pela satisfação gerada por uma compra *per se*, isto é, especificamente mercantilista. A seleção e a permanência de um e não outro objeto nos ambientes domésticos fazem parte de um conjunto de peculiaridades da vida de seu possuidor que incluem todos os vínculos, histórias de vida e lembranças que se encerram nos objetos decorativos. Os relacionamentos, muitas vezes, tornaram-se inexistentes, mas os objetos ainda se mantêm como prova de inúmeras experiências e momentos vividos (Kopytoff, 2008:101). Há um movimento de singularização que passa pelo desejo dos sujeitos em tornar-se ou conquistar algo que transforme sua experiência de vida em algo especial, distinta, diferencial. Kopytoff, observando o movimento do mercado de propagandas de empresas de utensílios domésticos, detectou que algumas delas, pela ânsia de lucro, alertavam o cliente para a compra imediata apoiando-se, muitas vezes, na justificativa de que a simples passagem do tempo os tornariam itens colecionáveis, e não

simplesmente “coisas velhas”. No entanto, deixando de lado o fator mercantilista contido na iniciativa, a reflexão subliminar que me parece mais interessante é a de que com o tempo os objetos podem conquistar um espaço importante na casa das pessoas, denotando um significado de ancestralidade, de procedência e de uma história vivida. Mary Douglas ao perceber os diversos significados simbólicos que podem envolver os objetos chamaria esses momentos de “os tempos do viver, do morrer e do amar”. É da relação entre os objetos e os significados acionados de maneira afetiva que emerge as representações que as mulheres têm sobre cada “mimo” que habita cada canto especial em suas casas. São, então, essas relações que alçam um simples objeto à condição de “reliquia”, e não de “coisa velha”(Kopytoff, 2008; Douglas, 2004).

Mary Douglas e Baron Isherwood também se debruçaram sobre o tema consumo. Coadunando-se às discussões anteriores, é possível considerar que este pode ser feito não apenas de maneira econômica, exibicionista, mas revelando a afetividade contida em cada objeto guardado ou não por seu possuidor. É preciso entender melhor os aspectos simbólicos e valorativos que estão por trás de escolhas que à primeira vista parecem apenas racionais, pois só e tão somente assim reconhecemos que há em tudo isso “um sistema vivo de informações” (Douglas & Isherwood, 2004:36).

Os estudos da antropóloga Mary Douglas (1998) a respeito das aquisições domésticas foram mais longe, mostrando a possibilidade do nascimento de um sentimento de hostilidade em relação a objetos que se possui à medida que os patamares sócioeconômicos vão sendo alterados. Muitos objetos com o passar do tempo vão-se tornando desprezíveis justamente por não estarem em consonância com a rede social “refinada” a qual se deseja pertencer. Hostilizar objetos e, por consequência, tramas inteiras de história de vida, seria uma maneira de reescrever um presente que se deseja “refinado”. Nesse sentido, para Douglas, essas dissensões passam a ser mais interessantes em termos reflexivos do que a busca pela consonância estética e decorativa.

Assim, mais que o espaço geográfico em que se habita e que muda de acordo com as transformações imersas nas histórias de vida, bem como o mobiliário e toda a decoração da casa, o comportamento relacionado às “boas maneiras” também deve acompanhar essa mudança. Muitos dos elementos que edificam determinado momento da vida são deixados para trás. A vontade é de reinvenção: do ambiente, do bairro para um outro melhor, mais

adequado ao estilo de vida ao qual se alçou, das roupas, dos números telefônicos e dos bens materiais, como carros, viagens e restaurantes.

Mas há os objetos que são selecionados para serem lembrados por poderem criar uma localização dentro das malhas do “refinamento” e que são bem representados por artefatos culturais, como mobiliário, porcelanas, cristais e que instituem uma regularidade, uma legitimidade, possibilidade de leitura de seu lastro histórico aproximando de um significado que evoca tradição (Halbwachs, 2006; Hobsbawn, 2002).

A incorporação de peças impreterivelmente oriundas de antepassados, portando, então, um peso tradicional é o desejável. O estímulo à participação de leitões de arte, à aquisição de “peças importantes” que componham um ambiente, a exemplo dos tapetes e móveis, é inumeravelmente repetido nos discursos dos consultores de etiqueta e decoração. A magia da transmissão ou das heranças que enalteceriam pai ou mãe é desejável, mas sua subtração não impossibilita a leitura que se quer nesses espaços como sujeitos que cultivam um “bom gosto”, seja ele herdado, seja ele inventado. Como disse anteriormente, as provas de uma passagem por um lugar não almejado e cobiçado passam a ser relegadas ao esquecimento ao passo que os indícios de um “bem pertencer” são enalticidas.

Assim, a compreensão da tradição como algo inventado, segundo aponta Hobsbawn, sugere que a tradição pode muito bem ser fabricada a fim de transmitir uma mensagem, e para mantê-la como distintiva os recursos utilizados são os aspectos ritualizados, repetitivos e reguladores (Hobsbawn, 2002; Strathern, 1992).

Nesse sentido, o interessante para se pensar é que esse mesmo esforço de evocação da tradição, que imprime o passado na tentativa de estruturar o presente por meio de crenças e sentimentos partilhados não parece caminhar de maneira aleatória, e é por isso que a etiqueta e a decoração fazem sentido juntas. A casa é a extensão da pessoa, assim como o comportamento também o é. No entanto, a compreensão de tradição que trazemos aqui é a que atua como, especialmente, reguladora desse estar-no-mundo, imprimindo uma ordem, colocando as coisas em seus lugares. O esquema tradicional não se constrói apenas como forma de continuidade do nome, da família, do grupo social, mas, acima de tudo, oferece uma previsibilidade, evita surpresas, caminha sobre o esperado, na tentativa de criar uma experiência e ambiente seguros, propiciando uma idéia de referencial que confere contornos ao que se entende por lar.

Dessa forma, orientada pelos pressupostos que tomam gênero como metáfora e ponto de partida a partir do qual experiências sociais específicas podem ser lidas e compreendidas, pretendi, nesta tese, chegar às relações existentes entre os sujeitos (pessoas), suas casas (lares) e seus comportamentos (etiqueta) e toda a rede de significados que envolve essa experiência social.

## **Observando a constituição das malhas do “refinamento” a partir dos manuais de etiqueta e decoração**

O interesse em associar os manuais de civilidade e de decoração ao campo de pesquisa inicialmente delineado pelos cursos de etiqueta e decoração deu-se em virtude da necessidade de compreender de que maneira os primeiros se transformam em fontes de consulta e embasamento para a construção social do “refinamento”. Contribuiu também o fato de ter observado durante as entrevistas com as alunas dos cursos de etiqueta e decoração a importância que esses manuais conquistavam em suas vidas, embora como coadjuvantes, porém não tanto quanto os cursos que possibilitaram a configuração de uma experiência de “refinamento”. Por meio da “etnografia dos manuais”, é possível perceber que tudo acontece como nos livros de culinária, nos quais tudo é ensinado passo a passo, mas sem perder de vista o fim único: “sofisticar” o comportamento, torná-lo “mais agradável” aos olhos dos outros.

Impossível abarcar totalmente todos os temas destacados nessas publicações. Elas versam sobre assuntos variados e foram publicadas em muitos lugares, durante muito tempo. Nelas, pode-se encontrar auxílio para comunicações orais e escritas, comportamento em eventos festivos ou profissionais, vestuário, recepção de convidados, comportamento à mesa e atitudes condizentes a eventos, tais como nascimentos, casamentos e funerais. Mais recentemente, absorvendo as transformações socioculturais do capitalismo tardio, tais publicações se voltam também para o uso “elegante” de equipamentos como celulares e ferramentas de comunicação virtual.

Ao longo de todo o século XX, os manuais de etiqueta foram utilizados das mais diversas formas, promovendo alterações nos relacionamentos entre as pessoas. Mas em algum momento a distinção do “bem comportar” se associou a outra forma de diferenciação. “Bem ornamentar”, “arrumar” e deixar “elegante” o espaço doméstico afirmaram-se paulatinamente, como signo de diferenciação social. Assim, a conexão com o tema decoração tornou-se imprescindível.

As relações indissociáveis entre etiqueta e decoração são salientadas tanto pelos consultores em ambos os domínios quanto em publicações voltadas para um e para outro.

Notadamente a partir da década de 1950, a decoração segue seu próprio caminho. Antes disso, as pinceladas sobre “bem ornamentar” a casa eram dadas por meio dos manuais de etiqueta, o que nos leva a crer que “bem refinar” era sinônimo, também, de “sofisticar” a casa.

Dessa forma, ao perceber a profícua conexão entre etiqueta e decoração, os questionamentos que virão em seguida me direcionaram a busca da compreensão dessa ocorrência. Consolidou-se, então, o objetivo de destacar a forma como essa malha dos “refinamentos” teve sua sustentação na sociedade brasileira, particularmente em São Paulo e em Campinas – cidade do interior de São Paulo, conhecida como metrópole regional, característica essa que possibilitou a aproximação dos campos empíricos e, conseqüentemente, de costumes, entre paulistanos e paulistas –, assim como, do manejo de determinados hábitos culturais, especialmente entre os grupos sociais que têm conquistado capital econômico recentemente e que produzem por meio da decoração e da etiqueta certa legitimidade. Mais que isso, busca-se entender que tipo de valores pauta a vivência desses grupos, o que importa ou não e a que significados tais linguagens, seja dos interiores (das casas), seja dos exteriores (dos comportamentos), estão aludindo.

A partir da pesquisa de campo – material com o qual tomaremos contato nos capítulos posteriores –, fui sendo convencida de que decoração e etiqueta, como temas contíguos, poderiam ser acionados e que o olhar sobre o conjunto poderia trazer interessantes ganhos analíticos. Direcionei minhas pesquisas para informações históricas e sociais que me possibilitariam a compreensão dos simbolismos inerentes ao terreno dos “refinamentos”.

Embrenhei-me na história dos costumes, do morar e do habitar em São Paulo em busca dessas compreensões e encontrei no século XIX dados importantes sobre a constituição de uma elite social que encenava, pouco a pouco, uma preocupação especial com o “refinamento”. Ou seja, o longo período representado pela publicação dos manuais registrados no intervalo de cem anos pauta-se na importância concedida ao “bem morar” que começava a transformar-se em signo de distinção, demonstrando que, ao mesmo tempo em que as moradias eram transformadas, enfeitadas, algumas mulheres da época desenvolviam notório interesse em apresentar-se de maneira “mais civilizada e educada”, não apenas em casa, mas, principalmente, nos círculos sociais que frequentavam.

O interior das habitações era modificado na mesma medida em que aumentava a cobrança em relação aos comportamentos e hábitos (a etiqueta) em uma tentativa de adequação destes ao nível socioeconômico atingido/preendido. Tornou-se tarefa importante, então, perscrutar esses manuais e conseguir, com isso, o acesso à contextualização de São Paulo e Campinas no final do século XIX e sua virada para o século XX, apontando como se efetivaram algumas alterações dos sentidos da casa, pura e simplesmente, dos olhares sobre os artefatos que transformam uma mera edificação em lar, assim como as mudanças nos comportamentos.

### **Manuais de etiqueta e de decoração**

Para que possamos entender como se deu esse movimento de disseminação da leitura de manuais de etiqueta e decoração faço o convite de voltarmos um pouco ao final do século XIX, momento em que a Europa passa por um processo de reconfiguração urbana e de sua malha ferroviária, notadamente a inglesa, que se desenvolvia a olhos vistos.

Esse foi um ótimo e oportuno momento para se pensar em um livro cuja acessibilidade privilegiasse o preço e o formato. As longas viagens exigiam um material de leitura com conteúdo e tamanhos específicos. Em 1848, começavam a aparecer bancas de livros e revistas nas estações ferroviárias (Oliveira, 2005, p. 4).

A crescente urbanização da Europa trouxe consigo uma intensa preocupação com a educação da população, reflexo ainda dos ideais da Revolução Francesa. Durante todo o século XIX, teceram-se avanços tecnológicos que chegaram até as tipografias, fosse por meio do desenvolvimento de melhores equipamentos gráficos, seja de uma mais intensa fabricação de papel. Além disso, uma série de autores entrou em domínio público na Alemanha, em 1867, propiciando o crescimento das coleções de livros de valor mais acessível. Em 1842, a Inglaterra passaria por um processo semelhante (Oliveira, 2005).

Steinberg salienta que em 1830 a cidade de Frankfurt viu nascer uma das primeiras séries de livros populares na Europa, a “Pocket-Novelists”, do editor Carl Jügel. Essa coleção levava ao público vários livros em inglês endereçados aos visitantes do vale do Reno e das montanhas Taunus (Steinberg, 1969, p. 350).

Essa experiência de popularização da leitura por meio de obras mais baratas disseminou-se no continente europeu e parecia confundir-se com a própria ideia de modernidade experimentada e perseguida naquela época. A partir de 1896, a livraria londrina *Penny Library of Famous Book*, de propriedade de George Newne, resolveu popularizar de vez o preço de alguns livros ao vender várias obras a 1 *penny* (Escarpit, 1976, p. 11). Em 1900, o mercado inglês viu-se invadido por quatro grandes coleções, de autores que haviam entrado em domínio público, levando a milhares de eleitores as obras de Dickens, Thackeray, Disraeli, Lytton, George Eliot, the Brontës, Carlyle e Ruskin. Essas coleções alcançaram números exorbitantes de exemplares vendidos, muito em virtude de sua adoção por colégios ingleses da época (Steinberg, 1969, p. 358).

Ávidos em expandir e disseminar o exercício da leitura em terras brasileiras, os comerciantes locais do setor editorial encontram solo fértil. Aproveitavam a vontade de saber daqueles anos e editavam sobre tudo. Ambicionavam o grande público, e para isso, ao invés de produtos mais caros e elaborados, apostavam em outros que pudessem “estar ao alcance de todos os bolsos” e, portanto, gerando maiores lucros para seus negociantes (Martin-Fugier, 1991; El Far, 2004).

As livrarias foram pelo mesmo caminho. Com o objetivo de vender livros a preços bastante módicos, conquistaram consumidores das classes mais altas às mais baixas que tinham em comum o hábito de leitura. Com essa emergente divulgação da leitura, os livros vão-se tornando mais conhecidos, mais consumidos, e obras que até então tinham sido destinadas aos grupos mais abastados passam a dar o ar de sua graça para além das salas de leitura das famílias burguesas. A possibilidade de abertura para o grande público poderia trazer muitos dividendos.

Foi em meio a esse contexto que começou a definir seus contornos um tipo de literatura explorada em livros sobre cuidados domésticos, receitas medicinais e confecção de roupas e chapéus e outros produtos, além de comportamentos em diferentes espaços

sociais, que passavam a ser orientados para o consumo também das classes desfavorecidas. Colocava-se para estes a possibilidade de caminhar lado a lado com o grupo da seleta elite.

Os livros classificados como *Manuais de utilidade prática*, ou *Manuais de economia doméstica*<sup>7</sup>, ao lado dos guias de boa conduta, viabilizaram um direcionamento dessas práticas às mulheres. Atuavam como orientadores de modelos e ideais a serem seguidos por um público feminino em que as camadas dominantes são colocadas como representantes e as mais populares como observadoras de uma experiência na qual poderiam se espelhar.

É importante ressaltar que esta pesquisa não pretende ser historiográfica e não foi elaborada em arquivos em que tais manuais de civilidade, almanaques de economia doméstica e orientações destinadas ao “bem comportar-se” e ao “bem decorar” certamente seriam encontrados em grande número. No entanto, a procura e a visita em sebos variados, não apenas em Campinas, São Paulo, mas também no Rio de Janeiro possibilitaram a composição de um montante significativo de manuais a partir dos quais se pode tomar contato com importantes representações. Assim, a partir dessa observação dos manuais de etiqueta e livros de decoração, apresento alguns significados associados aos modelos de feminilidade, a partir da qual a relação entre feminilidades e masculinidades e alguns deslocamentos e permanências são ressaltados.

Nos últimos quinze anos, os manuais de etiqueta tornaram-se cada vez mais presentes nas estantes das livrarias, sendo de fácil acesso a qualquer interessado. Atualmente, custam entre R\$ 20,00 e R\$ 60,00. É interessante notar, a despeito do recente interesse da mídia sobre esse material, que seus preços não são totalmente acessíveis, em que pese os baixos salários da maioria da população brasileira. Boa parte do conhecimento público desse material é devido à exposição de seus autores na mídia, principalmente nos programas de televisão.

Entretanto, é no Brasil de finais do XIX que esse estilo literário ganha destaque e, em pouco tempo, mais especificamente nas décadas de 1880 e 1890, a preocupação com as

---

<sup>7</sup> Esses “manuais de utilidade prática”, que poderíamos considerar embriões dos manuais de etiqueta, dada a sua similaridade no formato e disposição das informações, além de também oferecerem pinceladas sobre “boas maneiras”, ensinavam e tinham como foco auxiliar o leitor nas mais variadas atividades. Desde a elaboração de uma carta, receitas culinárias, unguentos, cuidados com as plantas até regras de “bom comportamento”, para que o leitor pudesse aprender, sozinho, tudo que precisasse, sem ter que contar com o auxílio de um especialista. Ver. El Far, A. *Páginas de sensação*. São Paulo, Companhia das Letras, 2004.

aparências é incorporada pelo mercado. Vale ressaltar que se trata de um momento importante para o mercado editorial, pois se difundia nesses anos o gosto pela leitura de forma geral e os livreiros começaram a comercializar um número grande de obras destinadas a um gosto literário bastante amplo e diverso. A divulgação dos manuais de etiqueta deu-se em um momento em que o Ocidente passava por um processo de alfabetização e o avanço da indústria editorial atingia um número cada vez maior de leitores (Schwarcz, 1998).

Em 1896, é publicada a terceira edição do texto escrito por Julia Lopes de Almeida intitulado *Livros das noivas*. É interessante notar que esta autora, em uma época pródiga em escritores do sexo masculino - ou seja, não fazia parte do “bom tom” mulheres participarem desse lugar social, deixando o caminho dessa conquista livre para a proeminência dos homens letrados -, alcança sucesso e prestígio literário como escritora.

Minha curiosidade inicial em relação a Almeida relacionou-se com sua biografia, pelo fato de que na literatura de “refinamento” – arrisco-me a nomeá-la assim -, as mulheres se destacavam na produção. Mas a indagação emergia: Qual era sua história de vida? Não há, no entanto, como separar as informações biográficas de Almeida<sup>8</sup> (1862-1934) e o que ela registra nesse manual em questão. Jornalista e escritora, foi autora de romances<sup>9</sup> e produziu vários outros ao longo de uma carreira de mais de quarenta anos. Contam também como sua produção algumas reflexões em defesa da cidade do Rio de Janeiro, sobre educação da mulher e sobre seus posicionamentos abolicionistas. Em 1885, Almeida é convidada a participar do corpo de redatores do jornal *A Semana*, do Rio de Janeiro, do qual faziam parte também Olavo Bilac, Arthur Azevedo e Filinto de Almeida (este último se tornaria seu marido).

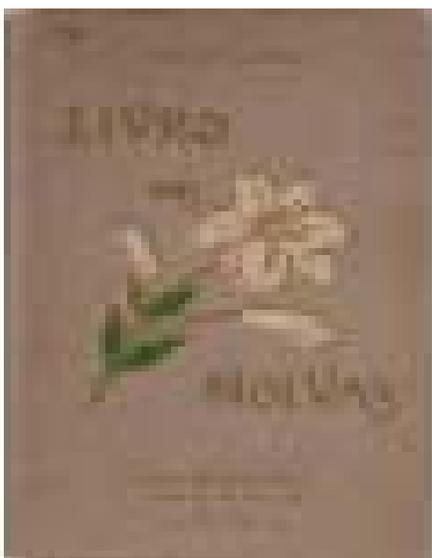
---

<sup>8</sup> Ver: Telles, Norma. “Escritoras, escritas, escrituras”. In: Del Priore, Mary.(org.) História das mulheres no Brasil. São Paulo. Contexto. 1997.

<sup>9</sup> *Entre seus romances, pode-se citar: A Família Medeiros, Memórias de Marta, A Viúva Simões, A Falência, Cruel Amor, A Intrusa, A Silveirinha, A Casa Verde (com Felinto de Almeida), Pássaro Tonto, O Funil do Diabo. Novelas e contos: Traços e Iluminuras, Ânsia Eterna, Era uma vez..., A Isca (quatro novelas), A caolha. Teatro: A Herança (um ato), Quem Não Perdoa (três atos), Nos Jardins de Saul (um ato), Doidos de Amor (um ato). Diversos: Livro das Noivas, Livro das Donas e Donzelas, Correio da Roça, Jardim Florido, Jornadas no Meu País, Eles e Elas, Oração a Santa Dorotéia, Maternidade (obra pacifista), Brasil (conferência). Escolares: Histórias da Nossa Terra, Contos Infantis (com Adelina Lopes Vieira), A Árvore (com Afonso Lopes de Almeida).*

Em se tratando de um momento histórico, em que a função de jornalista era exercida preponderantemente por homens, Julia Lopes de Almeida galgou o espaço e a legitimidade que fizeram dela detentora e propagadora das “atitudes corretas” acerca da feminilidade das moças de família naqueles anos: “refinada”, preparada para a responsabilidade de organizar bem o lar, zelosa do casamento. Vale ressaltar que a ideia de casamento que defendia ia além do simples relacionamento entre marido e esposa, mas uma instituição capaz de manter a longevidade dos laços e heranças familiares.

Tal informação faz muito sentido no momento em que atentamos para uma das obras por ela publicada e que possui teores altamente importantes para esta pesquisa: o *Livro das noivas*.



(capa do livro, 1896)

Nascida em 1862, em Nova Friburgo, no Rio de Janeiro, onde passou parte de sua infância, ruma, juntamente com sua família, anos mais tarde, para Campinas. É nessa cidade que inicia sua carreira de escritora, em 1881, escrevendo para o Diário de Campinas, um jornal local. Mas não era de se estranhar sua proximidade com os temas do “refinamento” dos hábitos, já que vivenciava um ambiente doméstico muito afeito a valores distintivos. Em Campinas, sua casa era o “centro de atração de escritores locais e de músicos”, traço que combinava com o perfil de seu pai, responsável pela produção de obras didáticas, e de sua mãe, versada em piano, canto e composição pelo Conservatório de

Lisboa. Com uma formação cultural e intelectual dessas, não demorou para que Julia Lopes de Almeida obtivesse êxito na propagação dos conteúdos presentes em seu manual para as noivas (Eleutério, 2005).

No entanto, a garantia de seu sucesso não diz respeito especificamente à escolha acertada do gênero literário no qual se inseriu, como esclarece a socióloga Maria de Lourdes Eleutério (2005), mas de sua capacidade em utilizar bem o capital cultural do qual era herdeira.

Durante mais de trinta anos, Julia Lopes de Almeida discutiu os assuntos mais diversos e engajou-se em muitas campanhas em defesa da mulher, sendo inclusive empossada como presidenta honorária da Legião da Mulher Brasileira, uma sociedade de inspirações feministas criada em 1919. Participou também das embrionárias reuniões de formação da Academia Brasileira de Letras, mas ficou excluída por pertencer ao sexo feminino. “Em colaboração com Felinto de Almeida, seu marido, escreveu, em folhetim do Jornal do Comércio seu último romance, *A casa verde*, 1932, vindo a falecer dois anos depois, 30/05/1934, na cidade do Rio de Janeiro”.<sup>10</sup>

Apesar de expandir-se por variados assuntos, o interesse de suas obras recai sobre a esfera doméstica, lugar a que estava confinada a maioria das mulheres das elites oitocentistas:

O privado foi, então, o cenário escolhido por essas autoras para fazer desfilarem, na ficção, mulheres que, igualmente como as da realidade, eram confinadas no mundo interior da família e mantidas sob o jugo patriarcal. Sendo assim, voltadas para o espaço doméstico, o privado, as mulheres, ao construírem o seu universo ficcional ou poético, deram prioridades aos laços familiares.<sup>11</sup>

O *Livro das noivas* é apresentado em três partes. A primeira e a segunda são direcionadas ao casamento e à importância do papel da esposa na casa e todas as obrigações e questões de ordem prática direcionadas à mulher, tais como: organizar a casa de maneira geral e cuidar da alimentação da família. Eram nessas práticas que as mulheres escreviam a

---

<sup>10</sup> Extraído do verbete “Julia Lopes de Almeida” organizado por Nadilza Moreira. E que pode ser acessado no site: [www.amulhernaliteratura.com.br](http://www.amulhernaliteratura.com.br).

<sup>11</sup> Idem.

“poesia da vida”, sempre dispostas a cuidar, especialmente, dos doentes, ter domínio sobre “belas artes”, como o guarnecer a casa com mobílias, espelhos, flores e outros objetos que pudessem conferir àquele lar a característica da originalidade e do tato artístico, além da liderança exercida sobre serviçais, como cozinheira, copeiro e criada. Esta última era responsável pela limpeza diária de toda a casa, sendo pela *ménagère* (dona da casa) estipulada a ordem dos serviços. Esse trecho do livro é finalizado com uma “carta a uma noiva”, na qual uma personagem fictícia, Adriana, orienta sua amiga prestes a se casar, Laura. Na carta, é tecida a imagem de um modelo de marido ideal, de como os criados devem dirigir-se à dona da casa e quais seriam os comportamentos mais indicados aos homens e às mulheres:

Os meus criados tem de tratar-me por madame; expulsei uma excelente mulata, que embirrava em chamar-me – Nhá Adriana! Passo os meus dias a fazer tapeçarias e a ler romances, a tocar Chopin, que eu começo agora a interpretar bem e a transmitir ao meu mordomo as minhas disposições de dona de casa. Vaes te casar e fazes ao teu Raul (que aqui para nós era bom que fosse titular, conde, por exemplo, conde Raul, etc., ficaria bonito....mas prossigamos): vaes te casar com um rapaz distintíssimo, segundo afirmas, de família rica, educado a preceito, tendo como tu predileção pela música, freqüentando a sociedade *chic* e distinguindo-se como um dos melhores *sportmen* de toda a republica! Em tais condições e com o extraordinário amor que te vota é de crer que venha a ser um marido exemplar, conforme o talão, o que não te priva de aceitar o conselho de tua prima que também amou e foi amada por um homem de bem, suscetível e fino, que em toda a sua bela carreira praticou um único erro – viver pouco” (Almeida, 1896, p. 83).

O tom enérgico toma conta da fala dessa personagem, que expõe um tipo de feminilidade<sup>12</sup> que em nada lembra mulheres que pudessem ser resumidas por características de “passividade”, predicado que poderia ser esperado de determinado tipo de atuação feminina. Aqui, a que se desenha apresenta outros tons: é ela que dá as ordens, fazendo jus à categoria de dona da casa. Como dona da casa, e não dona de casa ela, apresenta-se como sujeito feminino que, além de experiente, tenta também ter algum domínio sobre o tipo de masculinidade a ser escolhido pela amiga como futuro marido.

---

<sup>12</sup> As discussões acerca das noções de feminilidade e masculinidade aqui propostas tiveram inspiração nas reflexões de Adriana Piscitelli (1999) e Suely Kofes (2001).

No entanto, ao discorrer sobre a importância da figura materna e às renúncias a que uma mãe deve se submeter para arcar com a “*doce tarefa de ser mãe*”, outro tipo de feminilidade se insinua para o leitor na terceira parte deste manual, mostrando que toda a “elegância” destinada a si mesma como mulher e ao lar habitado pelo casal, os sonhos da noiva que se prepara para a nova vida se colocam em suspensão em detrimento da maternidade. São trechos de um diário da relação mãe-filho que não poupam as descrições da pele do mais novo ente da família, que rouba a cena com seu tom róseo e angelical, suas travessuras, suas vontades, suas birras, o processo educacional pelo qual passa até se tornar “um grande homem”, moldagem responsabilizada pela mãe, pelo lado feminino.

Embora engajada em causas políticas, urbanísticas e também pedagógicas – uma vez que se preocupava em modificar as condições relacionadas à educação e o que poderia advir dela –, Julia Lopes de Almeida também militava em prol da mudança do papel social da mulher. Conciliando vida e obra, rebeldia e organização, sua experiência deixar entrever um hibridismo de atividades, dentre os quais aparece a educadora de regras de etiqueta. Julia Lopes de Almeida muito escreveu sobre a importância da “boa administração” dos papéis de esposa e mãe, revelando, assim, um tom de ambigüidade, em contraposição ao desejo de estar à frente de seu tempo. Se, de um lado distanciava-se do ideal feminino de “fragilidade” e “dependência”, não deixava, de outro lado, de ressaltar certa disciplina dos comportamentos “adequados” para as mulheres de seu tempo. O exemplo a seguir vem de sua obra *Livro das noivas*:

[...] no dia do casamento realiza-se o sonho amado de sua mocidade, unindo-se àquele que escolheu como o mais perfeito e o melhor dos homens; chora também por deixar a casa paterna, a mãe idolatrada, que mal disfarça a sua agonia, o pai que a aconselha, comovido, a ser para o futuro tão boa como até então. A mãe beija-a e murmura com esforço: a vida começa hoje para ti; até agora foi um sonho, nada mais. Daqui a algumas horas serás de teu marido...vai, segue-o até onde ele quiser levarte; é o teu dever! (Almeida, 1896, p. 12).

Julia Lopes de Almeida não tem uma trajetória das mais comuns para sua época, como já pudemos observar. Por vezes, seus posicionamentos nem sempre parecem coincidir com suas atitudes progressistas, mais especificamente quando se refere ao casamento como o *sonho de toda mulher*; a despedida de uma posição em que a jovem

devia obediência ao pai para saudar a sujeição ao marido. Essas são imagens presentes em seu manual. Assim, as mulheres deveriam cuidar da casa, do marido, da boa orquestração da família, dos filhos - um *doce e pesado encargo*. Todavia, emerge nesse meio a figura da *ménagère* responsável pela felicidade da família e pelo “bom andamento” da casa, pois somente ela saberia como agradar o marido e os filhos. No interior dos lares, elas possuem importância ímpar, chegando inclusive a desbancar o lugar dos homens, mesmo que estes estejam em posição apenas de auxílio no desempenho de atividades domésticas. Vejamos o que Julia de Almeida afirma:

(...) Uma *ménagère* esbarra com a necessidade de ir ela própria fazer as suas compras. Um cozinheiro muitas vezes vacila na compra de uma ave mais cara, de uma caça esquisita, receando desagradar aos patrões e entrar a fundo nas despesas estipuladas; a dona da casa não; conhece os gostos do marido, dos filhos, e procura satisfazê-los com afã (Almeida, 1896, p. 92).

Feminilidades frágeis? Não. A noção de dona da casa aparece como portadora de capacidades mais significativas que a de dona de casa. É ela que detém o poder não apenas de “equilíbrio” da casa, transformando-o especialmente em um lar, mas dos vínculos familiares, devido ao seu olhar sempre acurado e “atento” a tudo e a todos.

Nesse sentido, podemos vislumbrar a partir dos escritos de Almeida uma fagulha de atualização das relações entre os gêneros. As mulheres almeidianas aparecem não como esposas infantilizadas quando observadas em profundidade, mas agem com sentimento, deixando transparecer a noção de amor em relação às ações que julgam ser de responsabilidade delas, porém são consideradas detentoras de um poder que gravita não apenas no espaço doméstico, mas também socialmente.

O contexto sociocultural e histórico no qual despontou o livro de Almeida compreende movimentações que se dão não apenas na esfera dos “refinamentos” dos sujeitos, mas também dos espaços domésticos que habitavam, tornando-se relevante incluir em tal reflexão um tipo complementar de preocupação que emergia: o “bem morar”. Gradativamente, um processo de transformações de valores sociais, culturais e econômicos

interferia nas formas de morar e, conseqüentemente, de decorar os lares, associando-se ao “bem comportar-se”.

Nesse sentido, retomar pontos importantes da história sociocultural do morar significa que tais mudanças se devem a ciclos históricos que instauram novos desejos e necessidades, como o que teve seu ápice entre 1860 e 1888 com a civilização do café. Como marco relevante, é importante salientar que, especialmente para as famílias paulistas do final dos oitocentos, ter prestígio e serem reconhecidas como aristocráticas era habitar palacetes em estilo neoclássico que, inseridos na malha urbana sob a forma de românticas “chácaras”, conferiam uma experiência bucólica diferenciadora.

A grande área verde predominante nas casas ajudava a construir uma paisagem bastante acolhedora, a exemplo dos romances ingleses clássicos, não fossem as condições de insalubridade e a extrema precariedade que as circundava, descortinando o modo de vida que se desenhava para a maioria da população. Nessas construções, o jardim aparece como forma de lazer, passando a valorizar a arquitetura doméstica. Ou seja, uma grande casa confere prestígio ao seu proprietário.

Nesse momento, começa a produção dos bolsões, em que as pessoas levam uma vida apartada do resto da realidade social, como ocorre nos atuais condomínios fechados, íntimos paraísos capazes de nutrir seus moradores sem que para isso tenham que ter tanto contato com as disparidades cotidianas.

Em todos os seus tons, a vida cotidiana era acompanhada pelos mesmos viajantes estrangeiros que testemunharam a inserção da família real portuguesa em terras fluminenses. Observadores, relataram o desenrolar da vida doméstica paulistana, descrevendo tais mulheres como mais livres que aquelas que tinham visto no Rio de Janeiro. Pelo fato de estarem afastadas das incumbências das reuniões sociais e dos festejos da corte, podiam viver de maneira mais aberta para a dedicação a seus bordados e rendas. (Homem, 1996)

Podemos dizer que em São Paulo visualizou-se um processo de civilização de hábitos e comportamentos por meio das transformações geográficas, históricas e socioculturais que atingiram imediatamente as casas e, por consequência, os procedimentos e as condutas. Com a urbanização, a elite cafeeira direcionava-se para o ávido consumo de manufaturas estrangeiras, especialmente francesas e inglesas.

Com a ascensão socioeconômica de algumas famílias paulistanas, o espaço doméstico foi se “refinando”, ao mesmo tempo em que eram contratados ou importados profissionais franceses, alemães e ingleses, responsabilizados pela sofisticação da apresentação de si, em casa ou em público. Desse modo, a articulação entre a transformação da casa e a transformação de si foi se orquestrando. Em Campinas, a história poderia ter sido parecida não fosse um grande surto da febre amarela ocorrido naqueles anos, pois se tratava de uma cidade em ascensão, prestes a crescer tanto ou mais que a capital. Seus desejos foram ofuscados nesse momento em que o êxodo levava para a capital paulista tanto os recém-chegados imigrantes quanto a população local campinense (Lapa, 1996).

Assim como São Paulo, Campinas também vivenciou fortes transformações desde o ciclo do açúcar, que configurou enriquecimento e acumulação de capitais, mas foi com o ciclo cafeeiro que o estilo de vida, primeiramente direcionado às mudanças arquitetônicas, que a elite começou a vislumbrar a sedimentação de um “bem viver civilizado”. Com a inauguração da estrada de ferro, em 1873, a sociedade campineira viu chegar os primeiros sinais do “refinamento” trazidos do Rio de Janeiro e São Paulo, assim como as novidades que podiam vir a consumir.

Entre 1867 e 1888, as transformações atingiram inicialmente as habitações das renomadas famílias de fazendeiros do café, que tinham o domínio das fortunas, dos grandes proprietários reconhecidos pelo prestígio social e político ou pelo grau de ancestralidade. Em 1869, Campinas já podia contar com importantes construções projetadas pelo engenheiro Francisco de Paula Ramos de Azevedo, que, tendo se formado na Bélgica, iniciou seus trabalhos em terras campineiras e por ali permaneceu até 1896, quando se transferiu para São Paulo.

Ramos de Azevedo reformulou Campinas, mas não era apenas sobre a cidade que recaíam todas as modificações. As residências que planejava apresentavam um estilo monumental, marca que o consagra na história da arquitetura. Campinas saíria das dimensões provinciais para ganhar ares mais grandiosos, a exemplo das cidades europeias (Lapa, 1996).

Com fortuna e a possibilidade de se arvorar por outros territórios, a Europa foi o destino certo de tais famílias, que saíam em busca de negócios, lazer e estudos, mas,

principalmente, do “*glamour* e da elegância” que representaria uma ida a Paris em suas vidas. A *cidade luz* era parada obrigatória para as mulheres que se interessavam em sorver ao máximo a vida pública. Cabe ressaltar que se tratava de um novo mundo para uma tradição de mulheres que viviam reclusas em suas casas. Nessas viagens, entravam em contato com os requintes da moda e dos esportes, com os treinos de equitação e com as idas a teatros, exposições, museus e antiquários, signos que seriam exibidos como distinção às amigas logo que chegassem.

Pouco a pouco, a mais bem elaborada ornamentação da casa articulada à lapidação dos comportamentos se convertiam em marcador social de diferença. É certo que nem sempre esse “bom gosto” era entendido da mesma forma, e a quantidade impressionaria muito mais os olhos curiosos dos visitantes. Muitos preferiam uma profusão de objetos das mais variadas nacionalidades, tipos, usos e cores em detrimento do conforto que tais peças poderiam proporcionar ao morador ou frequentador desses ambientes.

Aos poucos, *pari passu* às transformações arquitetônicas dos ambientes domésticos, fazia-se necessário o aprimoramento dos comportamentos, dos costumes familiares. Uma casa “bem construída” pedia o “bem comportar-se” por parte de seus moradores. Dessa forma, utensílios como pratas, porcelanas e cristais, a possibilidade de um grupo de serviçais à disposição, assim como governantas e preceptoras estrangeiras estavam em plena consonância com tais maneiras de morar e de proceder na vida.

As facilidades possibilitadas pelas favoráveis condições financeiras fizeram com que houvesse um investimento maciço na educação dos filhos. Por esse motivo é que as *mademoiselles*, *fraulein* ou *nannies* foram sendo trazidas para o Brasil. Acreditava-se, naqueles anos, que uma família abastada necessitava de cuidados que as mulheres estrangeiras poderiam desempenhar com sucesso. Esses conhecimentos educacionais não eram destinados apenas às crianças, mas também às suas mães, que acreditavam precisar de uma reciclagem que passasse por regras de educação e de cultura destinadas ao ensino e à aprendizagem de línguas estrangeiras, música, dança, moda, artes plásticas, piano, culinária e etiqueta.

De maneira geral, as casas eram bastante grandes. Inicialmente, chácaras, que mais tarde se transformaram em sobrados e palacetes habitados por uma parcela da população que tinha tempo, dinheiro e interesse em se debruçar sobre a decoração de interiores. Desse

modo, tais ambientes foram se tornando espaços tipicamente de exposição de peças que eram minuciosamente descritas nos inventários de seus proprietários.

Assim, dispostas, normalmente, com salas para variados fins sociais, as casas, começando-se pelo revestimento dos pisos, contavam com motivos geométricos resultantes da marchetaria (utilização de técnicas de encaixes de madeiras, em que a disposição escolhida das peças formaria desenhos). Nas paredes pinturas a óleo retratando cenas de natureza-morta, caçadas e paisagens campestres, além dos retratos de família, pintados e emoldurados em grande tamanho, lustres de cristal *Baccarat*, móveis em estilo *Bouille*, *dunquerque*s (bancos especiais), cadeiras de laca, sofás e poltronas em mogno com motivos Luis XVI, lustres de cristal belga, tapetes orientais ou franceses, como *Aubusson*, potiches e peças gregas valiosas, lareiras de madeira e mármore, além de candelabros pendurados no teto. Essa descrição apresenta uma diversidade de elementos, mas não podemos esquecer os tecidos que eram escolhidos para revestimento de janelas e mesas: nada mais que os *gripure* (tecido mais nobre, semelhante à renda) e os veludos com monogramas da família bordados em seu centro (Homem, 1996).

O que se pode notar é que com a facilidade de importação de produtos e artefatos, enfeites, móveis e muitos outros itens de decoração e ornamentação de interiores, ignorou-se, de certa forma, a preocupação com a harmonia de peças e ambientes, e, até mesmo, de clima. Estudiosos da história da habitação (Lemos, 1985; Homem, 1996) e da arquitetura destacam que a tradição que podia ser lida na escolha dos móveis coloniais foi sendo perdida de vista no momento em que, diante da vida afortunada, pecou-se pelas formas excessivas e bem distantes das europeias. Além disso, havia, ao que tudo indica, certa contenda com o Rio de Janeiro, por ter aportado lá a Família Real e, com ela, todas as possibilidades de vivência de um fausto majestoso, o que teria mantido os paulistanos menos populares. O mesmo aconteceria, mais tarde, entre São Paulo e Campinas (Lemos, 1985; Trigo, 1989; Homem, 1996; Lapa, 1996; Carvalho, 2008).

Conforme destacamos, o desenvolvimento social e urbano de São Paulo foi propiciando, gradativamente, um “bem-estar” em que construir ou reformar a casa era sinônimo de poder contar com o olhar meticuloso de um arquiteto, atitude que se revertia, e continua se revertendo, em sinal de poder e de renome. Dentre os nomes que figuraram, o de Ramos de Azevedo, engenheiro e arquiteto renomado, transformou sua própria casa em

uma dos maiores inspirações e exemplo do estilo francês de arquitetura, como o fizeram Carlos Ekman e Victor Dubugras.

O estilo arquitetônico e a decoração de ambientes passaram a sugerir o prestígio social e financeiro de seus proprietários, ou melhor, o reconhecimento econômico do marido. Era dele que se derivavam todas as benesses da casa. As escolhas não eram feitas com parcimônia e, dessa forma, destacava-se um acúmulo grande de objetos caros, peças de prata e bronze, pinturas, papéis de parede e tecidos sofisticados que eram os responsáveis pela decoração das paredes de forma suntuosa.

Às mulheres não apenas cabia a função de prendas submissas. Não era o fato de estarem a maior parte do tempo envolvidas com tarefas internas ao lar que as fazia personagens menos importantes. Apesar de terem boa parte de seu cotidiano invadido por afazeres domésticos com filhos e serviçais e de receberem amigas para as conversas pontilhadas pelos bordados e outras práticas artesanais, eram, de forma geral, as responsáveis pelo “bom andamento” da casa.

A associação do sucesso familiar ao marido desconsidera que as mulheres possuíam tarefas recompensadoras além de terem toda a responsabilidade de “bem organizar” a casa. Pelo fato de atuarem boa parte do tempo como supervisoras ou auxiliares do marido no trabalho, foram descritas em vários trabalhos sociológicos e historiográficos como personagens protegidas pelos pais e, mais tarde, pelos maridos, imagens que as desprovia de qualquer poder.

Na projeção de tais imagens diminuidoras da autoridade e competência, eram as mulheres das elites as diretamente atingidas, uma vez que aquelas com condições menos favorecidas sempre estiveram associadas à luta pelo sustento e domínio do lar. Nas casas que foram sendo refinadas conforme o capital econômico conquistado nos negócios de seus maridos, as esposas passaram a ocupar papéis importantes, opinando, muitas vezes, na supervisão e direção de atividades dele. Para além de serem apenas passivas esposas, investiam-se de responsabilidades e afazeres de suas fazendas e de seus funcionários.

A casa foi-se tornando um território destinado aos cuidados e às atenções associadas às mulheres, o que não significa necessariamente menos poder. A opção pela decoração de interiores é uma forma de manejar esse poder. Nas mudanças espaciais ou arquitetônicas, na melhoria dos chamados “ambientes” da casa, tais como dormitórios que conferiam

privacidade aos membros da família, cozinha separada de outras áreas da casa, salas de recepções para os homens tratarem de negócios e outras para a convivência das mulheres que ali realizavam trabalhos manuais, como os bordados, a sala de visita mantém-se como um local específico de recepção dos amigos da família e conhecidos.

Mesmo diante de tal beleza estética, não se possuía em 1890 e não se atribuía, ainda, tanta importância aos banheiros, visto que, não apenas em Campinas, como em São Paulo, demorou-se a inaugurar o serviço de águas e esgotos, o que traria para o interior das casas o importante hábito de um artefato sofisticado de grande uso noturno: o urinol. Sobre as casas campineiras mais elitizadas, os inventários nos informam que havia uma pomposa cadeira com braços, aberta em seu assento e, atrás, uma bacia móvel. Isso era considerado não apenas um hábito de luxo, como também uma peça de grande ostentação já que poucos a possuíam. Luxo e regozijo naquele momento significavam poder contar com as melhorias trazidas pela chegada dos encanamentos de água no interior das residências, possibilitando banhos e, por consequência, novos hábitos e práticas de morar (Lemos, 1999; Homem, 1996; Lapa, 1996).

Assim, é interessante notar a partir de qual quadro histórico, social e cultural emergem tais valores. Simultaneamente à regulação dos comportamentos, destaca-se a reformulação dos espaços domésticos de modo a torná-lo condizente aos “refinamentos” de si e da família. São os novos interesses pelo interior das casas que interferem na conformação dos hábitos que pautam as relações afetivas e familiares no campo dos “refinamentos”.

Outras mudanças no modo de habitar as casas também podem ser acompanhadas com a chegada da iluminação, transformando a convivência sob a luz das velas ou das candeias para aquela que vem da eletricidade a partir da década de 1920 (Veloso, 2002). É interessante notar que, embora o que se chamava de progresso tenha chegado mais rápido às capitais como de São Paulo, sua disseminação deu-se de maneira bastante desigual, tanto na sociedade paulistana quanto na campineira, que contava com grande parte da população com condições socioeconômicas não tão favoráveis quanto em outros cantos do país. Os avanços foram vivenciados, primeiramente, pelas classes mais abastadas, como efeito também de decoração. São as “maravilhas elétricas”, tais como máquina de lavar roupa, ferro de passar, fogão, aspirador de pó, enceradeira, liquidificador e geladeira. Tais

utensílios já podiam ser encontrados nos anúncios publicados em algumas revistas veiculadas entre 1920 e 1960, tais como: *Revista Feminina*, *O Cruzeiro*, *Vida Doméstica* e *Fon Fon*, publicações de amplo alcance especialmente dedicadas às mulheres das camadas altas e médias, potenciais consumidoras desses artigos. Por aqueles anos, tornou-se signo de distinção e prestígio da família poder mostrar a amigos e familiares que os maridos tinham condições para adquirir um modelo de fogão ou geladeira em uma época em que muitos sonhavam ter, mas poucos possuíam capital para comprar tais utensílios. Assim, mais que meros objetos de uso cotidiano e corriqueiro usados para facilitar a vida das donas de casa, fogão e geladeira tornavam-se itens decorativos e de grande importância de exibição, pois os valores a eles atribuídos socialmente eram altos.

Importante comentar também sobre o almanaque doméstico *Conselheiro do lar*. De título bastante sugestivo, com publicação anual e distribuição gratuita, circulou no Brasil nos anos de 1930, particularmente na cidade do Rio de Janeiro, editado pela Agência Will. Sua intenção era dotar de “bons conselhos” os recém-casados no que se referia ao “bom andamento” do lar e da família. Os títulos de capítulos em que a obra estava dividida eram sintomáticos das expectativas para com o lar: “A alma da casa”, “A felicidade do matrimônio”, “Os bons conselhos fazem um lar feliz”, “O governo da casa”, “O bom tom na vida familiar”, “Educação dos filhos”, entre outros.

**2 cousas indispensaveis**

**saúde**

# ALASKA



Alaska é a marca registrada no Brasil dos celebres e mundialmente conhecidos refrigeradores Norge, fabricados pela Norge Corporation, de Detroit, Mich., EE. UU.

Haverá felicidade sem conforto e saúde? Impossível!

Não deixe, pois, que a sua inteira felicidade fique dependendo da aquisição de um Alaska. Por pouco que disponha para gastar com um refrigerador electrico, procure-nos que have-

**Paul J. Christoph Co.**  
RIO DE JANEIRO  
Ouvidor, 98 — Senador Dantas, 44

**á sua felicidade no lar:**

**conforto**

## Refrigerador electrico com ROLATOR



mos, por algum meio, de collocar um Alaska em sua casa. A saúde e o conforto da sua familia merecem a sua attenção, ainda que com pequeno sacrificio.

O Alaska é de singular belleza, de linhas sobrias e modernas e com diversas caracteristicas de conveniencia. O mecanismo foi desenhado e construido para prestar vallozos servicos para toda a vida. Eis o que o Alaska offerce a V. S. por um preço muito conveniente. Antes de adquirir um refrigerador, não deixe de ver o Alaska!



**Paul J. Christoph Co.**  
SÃO PAULO  
Sao Bento, 35 — Direita, 253

O Conselheiro do lar, 1930

Tais incrementos davam continuidade também às transformações que se evidenciariam nos interiores domésticos, já que equipamentos de lazer, como o rádio e, mais tarde, a televisão, ganhariam importância, conferindo novos contornos às rotinas diárias da família. Com a cotidiana utilização do rádio, a copa<sup>13</sup> tornou-se um “ambiente” mais utilizável. Lá, a família se reunia para ouvir as notícias, informar-se sobre a agenda de eventos culturais, como teatro e dança, ouvir músicas e, por vezes, também os informes políticos do estado getulista. A copa roubava a cena da sala de visitas enquanto esta se tornava figurativa, isto é, atuando como representante do *status* familiar, por meio do mobiliário que lá se expunha (Brito, 2003).

A instalação das radiovitrolas nas salas de estar instituiu uma mudança de hábitos também. Pelo tamanho das peças, que, muitas vezes, eram extremamente amplas, um espaço condizente acabou sendo criado e, com isso, transformando em mais que um objeto, uma mobília (Silva, 2001; Brito, 2003).

Os eletrodomésticos, à medida que se acelerava o processo de urbanização e modernização, foram se tornando elementos decorativos de grande importância nos

<sup>13</sup> Trata-se de um ambiente intermediário, localizado entre a cozinha e a sala de estar.

interiores das casas, por representarem a situação aquisitiva e o *status* de seu possuidor. Nesse sentido, observamos, então, um alargamento das formas pela qual a distinção se impõe socialmente. Por aqueles anos, quando os eletrodomésticos remetem a uma ideia de modernidade, eles servem também à de sofisticação. Ser distinto também significava ser moderno.

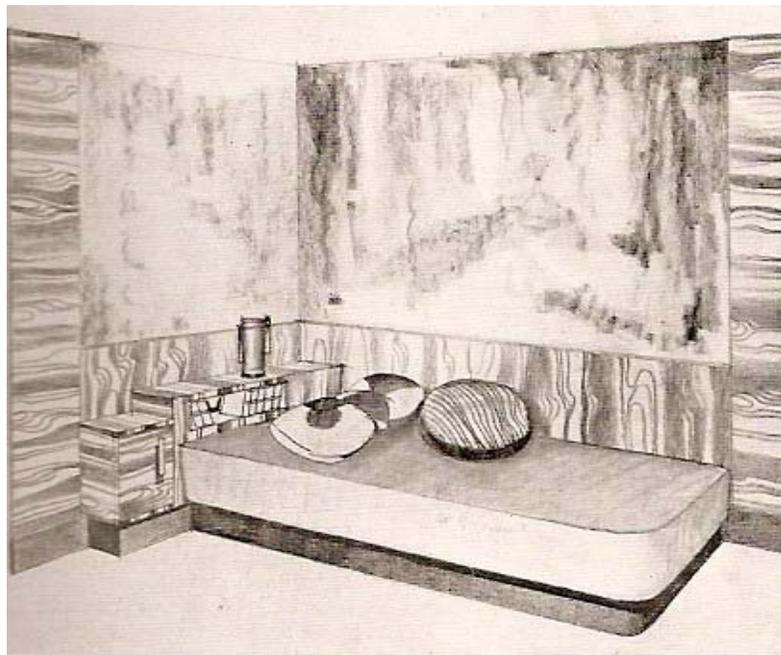
As propagandas e anúncios não poupam ênfase nos quesitos “conforto” e “praticidade” que tais equipamentos trariam à vida diária das mulheres, seu público-alvo (Grillo, 2006). No entanto, o dado interessante a se destacar é que consumir tais produtos não trazia apenas benefícios, mas tornava-se também um bom item de competição entre amigas, que, ao se depararem com a aquisição, logo convenceriam os maridos da imediata compra em seus lares.

O *Conselheiro do lar* apresenta-se como um guia, uma bússola para o “bom andamento” do lar, do casamento, da maternidade, de comportamentos que compõem a “boa imagem” da dona de casa. Há um direcionamento dos artigos do livro para a mulher, de quem se esperava a “boa ordenação” das tarefas domésticas. Para isso, recorria-se também a anúncios de novidades, como os eletrodomésticos oferecidos como objetos de extrema necessidade. A passagem a seguir demonstra o quanto essa representação feminina, em sua associação com a maternidade, é afirmada como algo natural, dentro de certos automatismos:

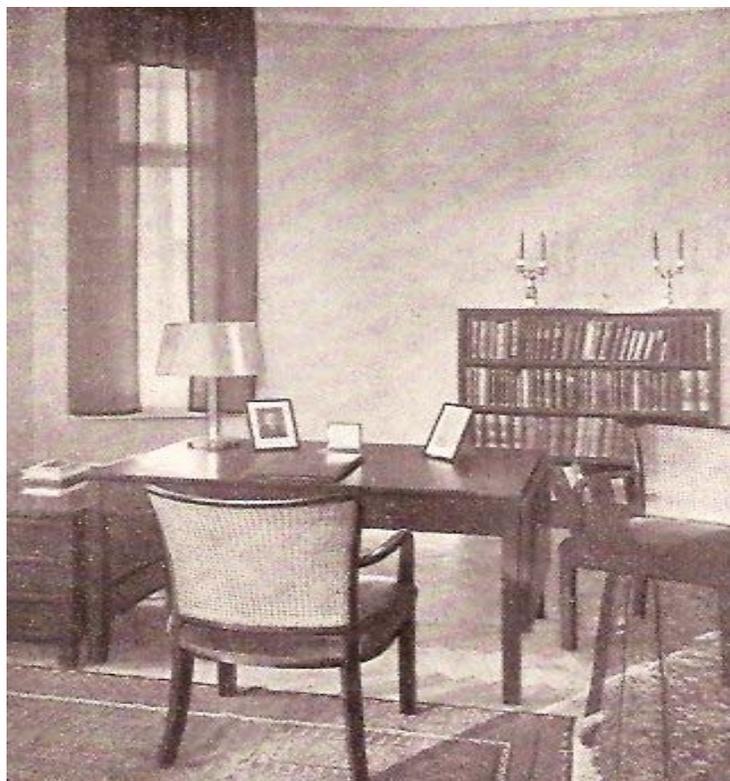
Jamais uma mulher deve esquecer que a missão mais sagrada que lhe foi confiada pela natureza é a maternidade. Um consórcio sem descendentes será, por isso, considerado um desgosto, porque a finalidade do matrimônio, a criação dos herdeiros sadios não foi preenchida (*O Conselheiro do lar*, 1930, p. 72).

A consecução do projeto e dos cuidados com o lar tem um direcionamento feminino. Mas quando o assunto se estende à mobília, seu custeio será feito pelos homens, responsáveis pelo pagamento não apenas deles como também pelo projeto. Uma fábrica de móveis conhecida em meados da década de 1930 no Rio de Janeiro é a *Laubisch Hirth & Co*, que, além de comercializar mesas, cadeiras, armários, camas etc., trabalhava a elaboração de projetos que visavam, com suas sugestões, trazer elegância às casas. Com anúncios em *O Conselheiro do lar*, o objetivo desses projetos era imprimir aos ambientes

um senso artístico, um diferencial e um equilíbrio de cores, tamanhos e variedades de objetos, “a fim de não tornar a vida do visitante um suplício” ao adentrar em uma sala de visitas lotada de bibelôs. Ou seja, como se pode notar a partir das duas imagens selecionadas a seguir, respectivamente, nomeadas de “divã de canto” e “gabinete de trabalho”, o que é privilegiada é a organização dos espaços domésticos, o estabelecimento de significados coerentes com aquilo que se acredita ser um projeto arquitetônico e de decoração.



O Conselheiro do lar, 1930



O Conselheiro do lar, 1930

A respeito dessas duas imagens, é possível dizer que os projetos de decoração não possuem um caráter aleatório, mas prevêm um comportamento detalhadamente esquadrinhado, pensado, ponderado. Mas não é só: o olhar curioso pode entrever que são ambientes que se apresentam de formas distintas. O primeiro evidencia um ambiente mais “descontraído”, que, conforme os direcionamentos decorativos, poderia servir a um fim feminino. Diferentemente, a segunda imagem salienta claramente linhas mais simétricas, lineares e não arredondadas como a anterior (Carvalho, 2008). Ou seja, o diferencial desse almanaque está em anunciar produtos e, especialmente, em propagar o convite a um “bem estar” que esteja ao alcance não apenas da dona da casa, mas também de seu marido.

O que adianta ao homem a riqueza material se a discórdia e carência de amor não o deixam respirar livremente em sua casa. [...] Para que o amor não seja uma embriaguez passageira, deve, cada um por si, esforçar-se para conservar sãos e sadios corpo e alma de todos os membros da família. Isto é o que se chama de felicidade conjugal, felicidade em geral (*O Conselheiro do lar*, 1930, p. 8).

Dessa forma, apenas “bem ornamentar” o ambiente doméstico não era garantia de felicidade. Cada membro da família teria sua responsabilidade pelo todo maior, o que emerge como diferença em relação ao *Livro das noivas*, que enfatiza amplamente as obrigações femininas.

Um aspecto significativo que permeia tanto o *Livro das noivas* quanto o *Conselheiro do lar* diz respeito ao capítulo “Belas artes” ou “Quadros e objetos de arte”, respectivamente. Vejamos o que Julia Lopes de Almeida diz:

Sim, só os privilegiados da sorte podem adquirir quadros ou esculturas de mestres; serão os únicos que tenham esse ditoso convívio, mas, como não é só a esses permitida a entrada nas exposições de Belas Artes, vamos nós de vez em quando recrear nelas a nossa vista e educar o nosso gosto. Em Madri, Paris e Londres, nas principais cidades artísticas da Itália, vi sempre muita gente nos museus, e, coisa encantadora, inúmeras velhas guiando e aconselhando crianças. Era a experiência apontando à curiosidade as belezas sutis que o seu olhar sozinho não poderia descortinar; era o amor da avó tentando insuflar no adorado netinho a apreciação do belo, rasgando-lhe na alma a nuvem cinzenta da indiferença, para que o azul límpido do céu da arte ali penetrasse ampla e alegremente! (Almeida, 1896, p. 44).

O que chama atenção não é tanto o tratamento conferido ao tema das artes e a sua relação com a distinção, pois nesse caso eles guardam semelhanças, assim como o reconhecimento dessas qualidades não como conquista estrita de um *status* material ou econômico, mas como algo que estivesse mais próximo de um “tino artístico”, ou seja, do “bom gosto”. A ideia transmitida como ensinamento anuncia que “discrição” como sinal de “elegância” diferencia-se de um para outro manual pelo fato de a autora de o *Livro das noivas* demonstrar a seus leitores que a distinção e o “bom gosto” apesar de serem, inicialmente, privilégio de pessoas cultivadoras de um “bem viver”, podem também, por meio de tal aperfeiçoamento e do incentivo da família, tornar-se um projeto de grupo.

Com a onda de americanização dos costumes experimentada a partir da década de 1940, amplia-se o mundo da arquitetura voltado para a transformação dos interiores domésticos. Sobretudo na década de 1950, o estilo americano de morar conquista adeptos

nas camadas altas e médias, concedendo espaço a ambientes projetados e às amplas garagens:

As grandes casas são verdadeiras mansões *hollywoodianas*, com grande *hall* e um sofisticado *living room* com mobiliário requintado, grandes jogos de sofás, luminárias, uma sala de jantar com sua grande mesa e seus acompanhantes em estilo *chippendale*<sup>14</sup>: o bar iluminado, a cristaleira, a *étagère*<sup>15</sup>, enfim, toda a moda ditada pelas revistas estrangeiras ou reproduzidas nas similares nacionais. [...] O preconceito com relação à disposição da garagem na casa é vencido: possuir um carro dá status. A garagem, assim, modifica-se. Passa para a frente da casa adquirindo a importância do oratório na casa colonial (Veríssimo & Bittar, 1999, p. 54;76).

Torna-se sinal de prestígio ter uma casa planejada, ornamentada por móveis que conferem *glamour* tanto ao lar quanto ao seu morador. Assim, a descrição acima destaca como o espaço doméstico vai se transformando em bem de consumo e de exibição, um localizador social, uma linguagem que identifica e classifica os sujeitos.

Ao lado de tal decoração começam a fazer parte do mercado brasileiro os primeiros aparelhos de televisão, que, importados como as radiovitrolas, apresentam-se como grandes móveis a partir dos quais é necessário um amplo espaço para poder acomodá-los. Isso demonstra mais uma vez as posses de seu possuidor. O espaço escolhido é a sala de visitas (ou sala de estar) que, por meio dos jogos de sala e dos tipos de estofado em composição com o móvel da televisão, constitui um alto estilo de morar, especialmente pelos altos preços pelos quais eram comercializadas as televisões, já que seu barateamento só aconteceu na década de 1960, com as fabricações nacionais. Se o aparelho de rádio povoava a copa, com a televisão são as salas de visitas que ganham ainda mais destaque.

Em *Boas maneiras*, de autoria de Carmen D'Avila, que chegava à sua décima edição em 1956, a preocupação recaía na manutenção da boa reputação. Por isso, tantos capítulos nesses livros desenvolvem temáticas relacionadas à convivência social e pública. Nesta publicação, o tom não é mais o de um conselheiro nos mais variados assuntos

---

<sup>14</sup> *Chippendale* é o nome dado a um estilo de mobiliário inglês do século XVIII, reproduzido em escala industrial no Brasil nos anos de 1950.

<sup>15</sup> *Étagère* é um tipo de móvel com prateleiras e gavetas, conhecido como “cômoda”.

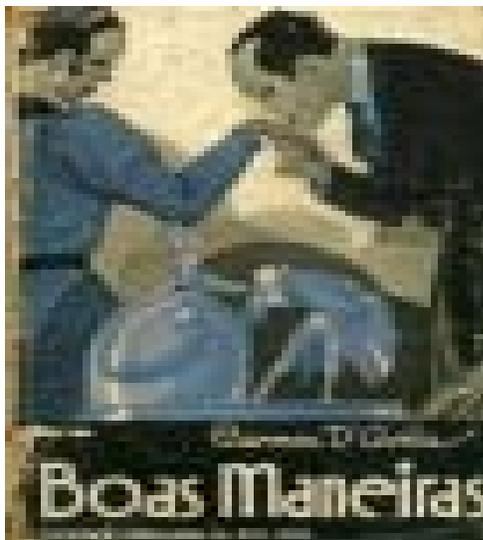
referentes ao bom andamento do lar, da relação matrimonial e dos cônjuges com seus filhos, orquestrando todos esses temas como projetos familiares. Agora, o “bem comportar-se” é o alvo central, explanado ao longo de suas 387 páginas, com o objetivo de atuar como um “*confidente discreto dos pequenos embaraços da vida em sociedade*” (D’Avila, 1956, p. 8).

Os capítulos versam sobre a cortesia fora do ambiente doméstico como cumprimentos e suas convenções. A autora dedica-se ao ensinamento de modos de apresentação de pessoas entre si, levando em consideração formas de tratamento e idade nas quais os mais velhos são apresentados aos mais jovens, vilegiatura - a etiqueta que deve ser praticada em teatros e restaurantes, bons comportamentos à mesa – os convivas, cardápio, precedência de lugares, talheres e copos/taças de acordo com as bebidas –, elaboração de correspondências – diferentes finalidades de cartas e telegramas – além de regras de conduta para ambientes religiosos – nascimento, casamento e cerimônias fúnebres.

Um ponto a ser destacado é que o “bem comportar-se” começa a ultrapassar as preocupações que tem como fronteira o doméstico, as boas relações matrimoniais internas aos lares e os projetos pais e filhos primordialmente, uma vez que a circulação das mulheres oriundas das camadas médias brasileiras pelas ruas, ainda que cerceada pelas cobranças e incumbências que as direcionavam ao mundo doméstico, possibilitava já algumas modificações a partir dos encontros sociais. Com o desenvolvimento econômico e urbano crescente entre as décadas de 1940 e 1950, ocorreu um alargamento do mercado de trabalho. Começa a crescer a participação feminina na vida pública ainda que o tipo de feminilidade preponderante permanecesse representado por meio do “instinto materno”, “pureza”, “resignação” e “doçura”.

Embora a presença nas ruas já se fizesse entre as mulheres populares desde o século XIX, uma vez que muitas delas tinham que assumir integralmente o sustento dos filhos (Soihet, 1989), os anos de 1940 representaram para as mulheres de camadas médias e altas da população uma maior presença no espaço público, mesmo que fosse para acompanhar o marido ou o pai. Essa diferença em relação aos manuais das outras décadas pode ser percebida no manual elaborado por Carmen D’Avila, que inicia o seu *Boas maneiras* com o

título *cortesia fora de casa*, onde ganha destaque o ‘bom comportamento’ nas ruas, nos encontros sociais, nas lojas, nos espaços públicos em geral.



(capa do livro, 1956)

A maneira como o tópico “a cortesia fora de casa”, bem como outros nomeados “cumprimentos”, “convenções” e “em sociedade” são elaborados deixam entrever modificações socioculturais. As mulheres de camadas abastadas, ainda que timidamente e limitadas por uma condição de recato, saem às ruas demonstrando um avanço. Para que isso ocorresse, pelo menos o vestuário devia remeter a uma uniformidade em relação às outras mulheres e aos homens também.

(...) uma senhora correta não sai à rua sem mangas, nem tão pouco vestida de cores vistosas; a verdadeira elegante desaparece nas multidões, confunde-se na massa. Não caminha balançando o corpo, não volta a cabeça para todos os lados, não chama por acenos uma pessoa que passa, não fala e não ri alto, não faz gestos e não anda de mãos no bolso (D’Avila, 1956, p. 24).

Sair às ruas era sinal de conquistas de espaço e de transformações, mas que deviam se realizar sob certo controle. Fórmulas de apresentação também aparecem com mais vigor nesses manuais. Lidos numa época em que as relações sociais parecem mais valorizadas,

elabora-se um empenho em se relacionar de forma mais agradável, “mais elegante”. Entre as décadas de 1940 e 1950 a presença das mulheres no mundo público adquire contornos bastante estratégicos ou pelo menos mediadores. Vejamos:

A chegada dos convivas:

Os donos da casa devem esperar no salão os primeiros convivas. À aparição destes, o dono da casa vai recebê-los no vestíbulo, mas a dona da casa deixa-se ficar no salão com os primeiros chegados. Prevenidas pela dona da casa da presença de um conviva eclesiástico, as senhoras devem evitar o exagero nos decotes. (D’Avila, 1956, p. 137).

Adentrando aos ensinamentos que compõem o guia de “boa conduta” pode-se notar a abertura à participação que naquele momento parece inusitada – a mulher só. Vista muitas vezes como a “solteirona”, aquela que os homens não quiseram, esta personagem passa a ter outros contornos: o da conquista de um espaço importante podendo freqüentar espaços públicos independente de ter uma companhia masculina. Como afirma D’Avila:

Séculos a fio ela vivera incógnita. Nem mesmo os evangelhos, uma vez sequer, citaram o seu nome e a história, o romance e a poesia, não lhe deram guarida. Mas o mundo deu muitas voltas; e, no tamanho das suas forças para rumos novos, encontrou uma energia latente – a mulher só. A pioneira das obras sociais, engenheira, médica, advogada, a enfermeira da linha de frente, não mais nos bastidores, mas da poltrona reservada no cenário das Câmaras... é a passageira de bonde, a vizinha da mesa de clubes e restaurantes, a jornalista...a mulher moderna. O seu lugar é uma conquista (D’Avila,1956, p. 160).

Esse é um dos primeiros trechos que aparecem em manuais de “boa conduta” em que as mulheres não se constituem como bloco homogêneo e que suas participações transformam-se e começam a exceder os limites do espaço da casa.

De personagens escondidas nos recônditos domésticos, as mulheres representadas por D’Avila passam a apreciar a vida nas ruas, as atividades profissionais etc.; apresentando, embora ainda protegida, uma nova feminilidade, com novos contornos em que pese a

possibilidade de assumir uma nova posição e uma maior liberdade para viver sua individualidade.

As diferenças de posicionamentos percebidas nos guias de conduta a que tivemos acesso, referentes às décadas de 1930 e 1940, salientam mudanças nas representações da mulher como única responsável pelos cuidados com a família e, em especial, os filhos. Essas modificações serão ainda mais percebidas nos manuais publicados a partir de 1950. Vale, portanto, citar o livro publicado por Pitigrilli, pseudônimo de Dino Segre<sup>16</sup>, jornalista e escritor italiano que se notabilizou por meio de obras como: *Loira Dolicocéfala*, *O Colar de Afrodite (aforismos)*, *O Deslize do Moralista (contos)*, *Manual de Boas Maneiras (ou não se come frango com as mãos)*, entre outras. É importante notar que boa parte dos manuais publicados no Brasil até a década de 1950 são traduções de livros estrangeiros que tinham boa recepção nas editoras, principalmente no Rio de Janeiro, como se nota nas informações bibliográficas.

O manual em questão é considerado pelo próprio autor como um *moderno código de boas maneiras* pelo fato de apresentar um olhar mais complexo sobre o público feminino. Segundo pontua o autor, as mulheres não são as mesmas: a senhorita cândida que ficava bordando de olhos baixos no sofá da sala, enquanto seu pai decidia seu futuro conjugal, parece-lhe uma imagem caduca, assim como o universo de convivência que se resumia à professora de inglês, a mãe, o jardim e aos serviços.

Hoje as moças freqüentam as universidades, as maternidades, os institutos de puericultura; e quanto à educação sexual, elas é que dariam às mães, se estas não tivessem lembranças recentes e reavivadas (Pitigrilli, 1959, p. 5).

As transformações sociais em curso acabam sendo, também, refletidas nos conteúdos como se percebe no trecho acima; no entanto, outro dado relevante que entra em destaque mais uma vez é o uso das expressões dona de casa e dona da casa.

Percebe-se que o emprego da expressão dona da casa mantém-se associado a um lugar de poder e a atividades e funções de prestígio da casa, tais como receber os

---

<sup>16</sup> A estratégia do pseudônimo, aliás, foi bastante utilizada por alguns autores de manuais de conduta para não terem que conceder mais informações sobre as opiniões que imprimiriam em seus livros. E talvez porque quisessem omitir seus nomes por se tratar de um gênero considerado de valor literário menor.

convidados e torná-los próximos uns dos outros se não se conhecerem, distribuir os lugares à mesa de maneira estratégica no caso de um jantar mais formal em que a obrigatoriedade recaia sobre as mulheres, nunca sobre os homens.

Assim como a escrita artilosa, o título também enseja reflexão. *Não se come frango com as mãos: moderno código de boas maneiras* parece curioso, mas olhado pormenorizadamente demonstra uma atenção grande às regras, sobretudo quando o assunto se refere à etiqueta à mesa e, dessa forma, a escrita vai-se apresentando como se fosse um código de leis:

artigo 9º - não ultrapasse o número de nove comensais, inclusive você. Mas se convidar doze, não prepare para vinte e quatro. Seria um exagero de mau gosto, a denúncia de sua falta de critério e a prova de que você não tem o hábito de fazer convites (Pitigrilli, 1959, p. 26).

As regras de etiqueta condensam-se em um conjunto de orientações em que o descumprimento gera as consequências que podem ser devastadoras. Aqui, estamos falando de um universo fartamente simbólico em que apenas uma escorregadela pode desfazer todo um esforço em ser “refinada”.

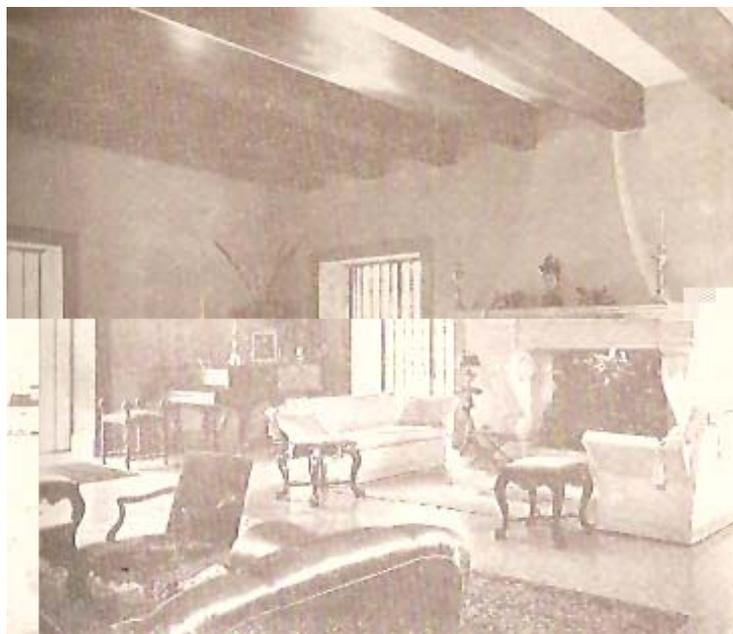
Nesse mesmo momento começa a aparecer no Brasil um outro gênero de manual, agora destinado à divulgação da decoração da casa especificamente. Etiqueta e decoração encontram, enfim, uma maneira de se complementarem. Enquanto os manuais anteriores apostam, amplamente, em enquadrar os comportamentos, embora haja raras exceções, estes enfatizam a necessidade do “belo”. Até aqui, alguns livros de “boas maneiras” que versavam sobre um conteúdo mais amplo, por meio do interesse de seus autores, divulgavam informações de decoração que acreditavam úteis, dedicando-se à instrução do “refinamento” das pessoas, dos membros da família e da própria organização da casa a fim de torná-la um lar “aconchegante” e “agradável”, não somente aos seus membros como aos parentes e amigos mais afins. No entanto, na década de 1950, o gênero específico destinado ao “refinamento” dos interiores encontra seu espaço, os chamados *livros de decoração de interiores*.

Tais manuais de elaboração dos espaços internos das casas buscam dar a oportunidade de desenvolver o “bom gosto”, característica que só seria atingida por meio

do domínio de diferentes estilos de arte visualizado no mobiliário, pintura, escultura, tapeçaria, etc.

Em 1955 era publicado no Rio de Janeiro por Yeda Fontes o livro *Decoração de interiores* e é interessante ressaltar que muitas dessas autoras justificam seu empenho de divulgação pela escassez de material brasileiro. Ressalto autoras, no feminino, pela preponderância do gênero no assunto. Assim, é interessante notar como é configurado um livro de decoração, ou seja, um interessado que o selecione se deparará com partes que versam sobre escala e proporção, usos das cores em consonância com diferentes ambientes e funções para a escolha, ou seja, um hospital não seria, segundo essa visão, pintado de vermelho por ser considerada, pelos profissionais, uma cor intensa e vibrante, por isso a escolha pela cor branca, verde claro em locais específicos como consultórios que aludem à calma etc., tapeçarias e seus diferentes tipos, origens, preços e adequações aos ambientes, climas etc., a utilização de materiais como pedras, madeiras, metais e sua harmonia com o mobiliário, luminárias, a preferência pela iluminação direta ou indireta, os arranjos de luz e ambientes específicos como salas de jantar, dormitórios, banheiros, salas de estar e seu uso para a iluminação de quadros. Esses livros podem versar ainda, como é o caso deste, sobre o uso e a importância que a posse da porcelana pode revelar sobre um ambiente por ser também uma peça decorativa. Peças como essas atuam na área de intersecção da decoração e da etiqueta, pois não é o suficiente apenas possuir esse tipo de objeto, mas é preciso saber usá-lo no momento oportuno, já que estamos falando de uma linguagem social.

Fontes considera a decoração de interiores uma arte e, assim, esta é considerada “uma importante credencial de cultura” (1955, p. 6). Ou seja, o “refinamento” da casa, representado pelos objetos de cristal, cerâmica, bronze, pelo mobiliário, pelas pinturas distribuídas pelos ambientes juntamente com a escolha das luminárias, declara, ao lado da conquista das “boas maneiras” de seus proprietários, uma delimitação social, abonando que uma pessoa faça parte de um determinado círculo social e não de outro, por isso a autora chama de credencial de cultura. O que resumiria esse modo de viver é a expressão “bom gosto”. Vejamos a imagem selecionada do livro para exemplificar o que seria esse “bom gosto”:



Yeda Fontes, 1955

Ao observar a imagem podemos notar a disposição dos elementos: ao fundo um piano propõe a ideia de uma busca pela tradição, pelo “clássico”, a lareira, mesmo em país tropical, concede ao ambiente um ar “suntuoso” e, além do mobiliário composto por sofás de couro que, embora hoje esteja, segundo os modismos, mais direcionados à dominância dos escritórios, os tapetes orientais representam índices primordiais de distinção nas decorações “elegantes”.

Demonstrando tais elementos como prioritários na composição do que se entende como uma “boa decoração”, a autora destaca – já que oferecer manancial para futuros profissionais também é um dos objetivos das publicações - que um aspirante a decorador necessita ser curioso, perseverante, ambicioso, estudioso, mas nenhuma dessas características ofusca a virtude maior - e esta, segundo Fontes, não advém da observação dos livros - a experiência e a vivência do “refinamento”. No entanto, ela também adverte que é possível aprender a ter “*um ponto de vista mais cultural e ter bom gosto*”, predicado que “*distingue e aumenta gradualmente conforme a cultura*” dos sujeitos (Fontes, 1955, p. 9).

Um ponto interessante a se destacar nessas publicações sobre decoração e que guarda semelhança com a proposta da etiqueta é o convite àquilo que organiza e que

confere sentido de simetria. Termos como “simetria” (harmonia, regularidade), “escala e proporção” (seriam medidas exatas para cada objeto usado em um ambiente), “composição” (é empregado para descrever um agrupamento de diversos elementos de um modo correto a fim de alcançar um efeito de “unidade”) são bastante comuns nesse repertório. A imagem a seguir demonstra e ao mesmo tempo ensina aos leitores desses livros como colocar em prática em suas casas:



Yeda Fontes, 1955

Na parede decorada com os quadros pode-se acompanhar tal orientação, ou seja, as ânforas colocadas em pares, o quadro maior centralizado e os dois menores destacados na mesma linha horizontal e, ainda, os tapetes colocados lado a lado também seguindo a mesma direção.

A peculiaridade de Yeda Fontes ao descortinar o que seria o “bom gosto” na decoração reside em cada detalhe da história da arte contada por ela como se fizesse parte de um universo de simplicidade. É por meio da indicação do uso das tapeçarias que muito dos estilos e da influência da Luiz XIV no fluxo dos “refinamentos” e que essas peças oriundas dos teares orientais ultrapassaram fronteiras conquistando em Paris renome,

tornando-se conhecidas mais tarde como tapeçarias *Beauvais* e *Ausbusson*. A tentativa dessa sugestão decorativa parece muito mais tirá-la de um consumo frívolo a convite de um enredo que segue para além de sua beleza estética, o que tornaria essa experiência mais rica culturalmente.

As porcelanas, assim como os cristais, constituem capítulo de relevância na decoração e o hábito de adquiri-los compõe, pouco a pouco, uma espécie de coleção, comportamento, aliás, incentivado pelos profissionais da área como costume que confere “graça”, tornando a casa “charmosa”, ou seja, diferenciada por meio de objetos “delicados” nela distribuídos. Observemos um exemplo:



Yeda Fontes, 1955

O ambiente acima, uma sala, demonstra a “elegância” lida a partir da escolha de determinados objetos na busca por compor um ambiente mais tradicional: o piano, destacado na imagem, envolvido por duas poltronas estilo *bérgère* e a coleção de pratos de porcelana na parede. A “elegância” é representada pelas “peças de valor”<sup>17</sup>, não apenas

---

<sup>17</sup> Walter Benjamin busca compreender, em seu *Passagens*, na seção *Luis Filipe ou O Interior*, por meio de temas como a arquitetura e a decoração, a que significados estaria associado o hábito de colecionar objetos

financeiro, mas especialmente pela história que carregam afetivamente. É interessante notar que cada prato pendurado na parede aponta para um diferente momento da vida e, dessa forma, distintas narrativas podem vir à tona. Como se fosse um parêntese nas produções impressas sobre etiqueta e decoração, na década de 1960, nota-se que a etiqueta e decoração compõem, ao invés de fragmentos do mundo privado, cenas da vida social. É nas colunas sociais que presenciamos, nos corpos e nas casas, índices da tentativa de sofisticação.

### **Biblioteca (para o “bom andamento”) do lar**

Na década de 1960 um outro tipo de manual de “boas maneiras” passa a chamar a atenção à semelhança de um livro de primeiros socorros destinado, preponderantemente, às donas de casa principiantes na arte de “bem receber” e “bem organizar” o lar compondo o que alguns autores nomeiam de “biblioteca do lar”. Esse público é composto por mulheres que possuem uma experiência recente na vida conjugal ou estariam na iminência de tê-la. A tônica é sentida rapidamente: um convite à resolução de pontos elementares que constituem a organização dos afazeres domésticos, da prática da educação transferida aos filhos e ao marido e que ficam a cargo da esposa.

O manual que se destaca nessa época, *Boas maneiras (em família): casa, higiene, beleza e personalidade* (1963) é de autoria de Íside Bonini. Esta não se importa em retomar fragmentos do manual já um pouco distante temporalmente - *O livro das noivas* (1896) de Julia Lopes de Almeida - a fim de destacar comportamentos que seriam bem vindos à relação das mulheres com a casa e a vida matrimonial.

---

indicando uma maneira interessante de observação: a construção por um estilo de vida diferenciado e diferenciador. Estes significados ultrapassariam as barreiras apenas decorativas possibilitando aquilo que em sua concepção foi nomeado de “teoria dos rastros”, ou seja, que os objetos revestiriam os espaços de forma a transformá-los em exemplos de “bom gosto” tornando, assim, a leitura de um *status* cultural distinto e reconhecível na presença de um “bom quadro”, uma “luxuosa” tapeçaria ou peças importantes de mobiliário, quiçá advindas dos antiquários. O fato é que esses sentidos agregariam à simples aquisição econômico-financeira um histórico que deixa pegadas ou rastros de um passado rico em legitimidade (Benjamin, 2006, p. 247).

Expressões como: a “administração e o governo da casa competem à mulher” são bastante frequentes nesses guias de conduta. É interessante notar os verbos que norteiam as preocupações: “estabelecer”, “organizar” e “obedecer” lideram as concepções de “refinamento” ali dispostas. Assim, tudo que diga respeito ao “bom andamento” da casa transforma-se em encargo e obrigação feminina, já que ao marido cabe o sustento da família. Esses seriam os encaminhamentos de um manual como o enfatizado que tem um formato de guia de primeiros socorros no “refinamento” do ambiente doméstico e seus moradores.

Os fragmentos abaixo aludem à forma como o corpo biológico é concebido, pois existe uma expectativa de um papel social em foco. No caso do homem, aparece uma caracterização do que dele se deve esperar: estar sempre pronto a todas as intempéries. No final do trecho, alguns indícios de uma mudança no padrão de sentimentos associados ao mundo masculino são evocados, quando a autora o adverte quanto à importância de um comportamento mais agradável no aconchego de seu lar, com filhos e esposa.

Nunca esqueça o homem: o que a mulher mais admira nele é a força, a capacidade, a eficácia e a coragem. E muito mais o admira quando não só cabe ganhar o pão de cada dia, mas procura não amargurá-la com seu humor deprimente, com seu gênio irritável principalmente à mesa; procura sempre proporcionar aos seus, pura felicidade espiritual. A alegria do pai reflete sobre toda a família e esta alegria só é possível a quem souber largar no escritório ou na oficina o manto dos próprios aborrecimentos (Bonini, 1963, p. 91).

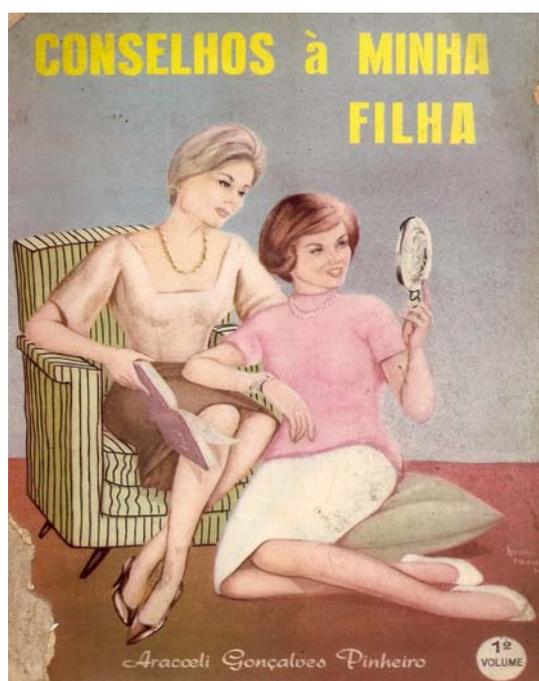
A mulher inteligente e educada procura ser a síntese da suavidade, pois nessa disposição de ânimo ela transforma o lar em um verdadeiro oásis. A gentileza, o sorriso, a doçura são as grandes armas com que a mulher vence todas as batalhas da vida. A mulher deve-se apresentar, seja na frente de estranhos como diante de pessoas da casa, sempre limpa, corretamente vestida e penteada (Bonini, 1963, p. 148).

Nessas passagens, o que apreendemos é que a casa, como um sistema organizado, no qual o pai seria a personificação do lado heroico recaindo sobre ele, senão todas, pelo menos as resoluções mais complicadas do cotidiano, à mãe, tomada como exemplo/modelo de organização, beleza, personificação da bondade excessiva, adquirindo contornos

invisíveis, não deixando também de lado a sua face de heroína, mas nos contornos interiores ao lar. Nesse tipo de divulgação da etiqueta, a ordem, a disciplina é o valor maior e é inscrita nos corpos desses sujeitos. Masculinidade e feminilidade são configuradas por virtudes associadas, respectivamente, à força, coragem, em primeiro plano, e em segundo plano, a suavidade, a contenção. Não apenas os resultados importam, mas o simbolismo que envolve e descortina a perfeição de cada parte do todo familiar. Podemos quase visualizar a imagem dessa família que é convocada na seguinte descrição: todos devidamente disciplinados e modelados, conforme os mandamentos do “refinamento”. Seus corpos têm códigos a seguir, assim como papéis a desempenhar.

O que se evidencia nesse momento é um modelo dominante de família e distinções de gênero que concede aos homens, autoridade e poder sobre as mulheres, assim considerados os “chefes de família”. As mulheres, por sua vez, são definidas a partir de papéis femininos tradicionais (mães, esposas e donas de casa) e fixadas pela aceitação de predicados como: docilidade, pureza, resignação, instinto materno etc.

O que poderíamos dizer da imagem abaixo? Mãe e filha transparecem um clima de serenidade, de segurança e de amizade. O título do livro não nos deixa passar despercebida a tendência ao tom pedagógico-moral.



(capa do livro, 1961)

Aracoeli Gonçalves Pinheiro, autora de *Conselhos à minha filha* (1961), é apresentada em uma das capas do livro como exemplar e capacitada educadora, característica indispensável à “mocidade feminina” segundo o que se depreende do conteúdo e das orientações difundidas. Dados de sua vida pessoal são trazidos para a edição de forma a construir uma legitimidade que a tornaria um exemplo a ser seguido: teria obtido o primeiro lugar em um curso de aperfeiçoamento em Educação Doméstica, assistido aulas da Cruz Vermelha destinadas à preparação de socorristas de emergência e, ainda, aulas de formação para ética familiar. Realizara, também, uma viagem decisiva em sua vida indo aos EUA aprender sobre organização do lar, os cuidados que as donas de casa necessitam ter com a família, aprofundando-se em assuntos referentes às atenções destinadas ao ambiente doméstico que estavam em consonância com sua “alma francamente feminina”, como ela mesma afirma.

A casa aparece quase como um destino ligado à feminilidade, apesar de Aracoeli Pinheiro registrar nas últimas páginas de seu manual que seu desejo era inicialmente outro: ter uma carreira profissional em áreas como farmácia ou enfermagem.

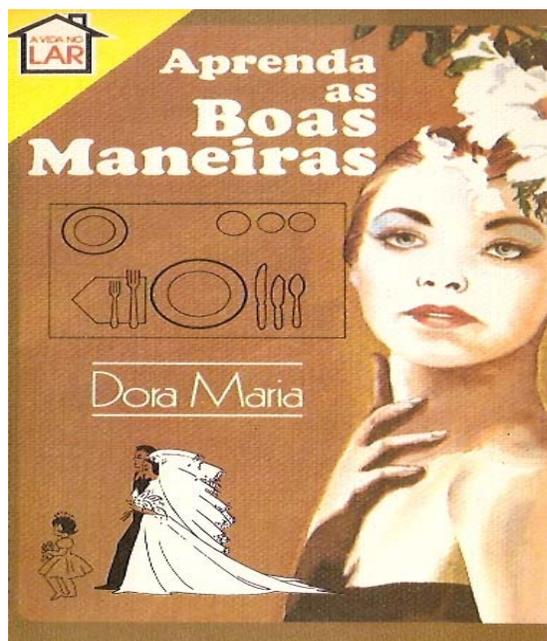
Esses são pontos de consonância com o manual anterior em que a casa, sua organização, assim como a responsabilidade pelos eventos sociais, a recepção de convidados, a coordenação dos empregados, preparação de uma festa, o cuidado com todos os detalhes, faziam parte de um conjunto de expectativas e de uma prerrogativa das mulheres. Esse é um perfil notavelmente associado às mulheres de camadas médias altas que apresentará nuances e será mais detalhado adiante.

A capa evidencia uma informação relevante: pelos menos duas gerações de mulheres são destacadas e a imagem continua de espelho. À filha não caberia grandes inovações; o recato e a domesticidade manter-se-iam.

É relevante notar que, publicações do mesmo ano podem apresentar discontinuidades, ou seja, as orientações de “refinamento”, embora façam parte da lista da biblioteca do lar, tentam propor um equilíbrio na relação marido e mulher, de forma a torná-la uma relação compartilhada e não hierárquica. É o caso de *Aprenda as boas maneiras* (1961), de Dora Maria, título integrante de um conjunto de orientações nomeadas de “a vida no lar”, publicado pela Ediouro. Ao final das 152 páginas desse manual deparamos-nos com os outros seis títulos que compõem essa visão sobre “a vida no lar”:

*777 dicas para resolver os problemas do lar de A até Z, Como dirigir sua casa: arranjos de flores, como convidar e receber, quadros, uma cozinha moderna, a farmácia no lar, dezenas de menus (para o diário, aniversários e festas tradicionais), Mil regras ilustradas de boas maneiras, O que toda dona de casa deve saber: limpa tudo, conserta tudo, embeleza tudo, aparelhos elétricos, manchas etc., Você vai casar? tudo que você precisa saber para fazer um casamento perfeito: namoro-noivado-casamento, Decoração de mesas para todas as ocasiões.*

A capa do livro abaixo apresenta-nos três níveis sugestivos de interesse: a) conhecer as regras de etiqueta por meio do comportamento à mesa, um dos temas que mais causam apreensão, segundo os entrevistados e consultores, b) as regras matrimoniais e c) o despontar da mulher pela sedução, este último talvez mais como convite porque não há, durante a apresentação do livro, passagem que possa exemplificá-lo, atuando, dessa forma, como um incentivo à mulher a fim de que encontre um espaço para o exercício de seu charme e encanto.



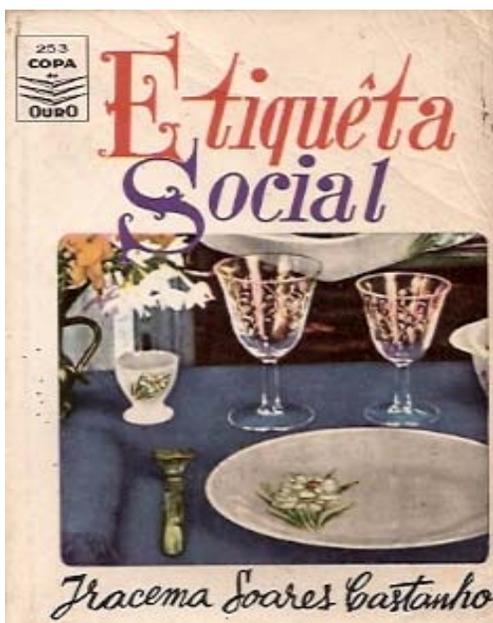
(capa do livro, 1961)

Uma das importantes diferenças percebidas neste manual é a busca por um maior equilíbrio na relação marido e mulher, desbancando a possível crença do marido, possivelmente herdada da criação que pode ter recebido, em ser o “rei da casa”:

Dê à sua esposa o lugar que lhe cabe e não a considere em casa como um instrumento permanente de trabalho doméstico; faça dela sua companheira de lutas e discuta os problemas da vida diária apenas com ela. Se seus pais o criaram mimado, vá procurando, aos poucos, abandonar este péssimo hábito. Não queira continuar “o rei da casa” (Maria, 1961, p. 13).

Os treze capítulos dividem-se em: vida em família, em trânsito (regras de como bem proceder na rua e em viagens), trabalho (conduta no ambiente de trabalho, relação entre chefes e funcionários, relação entre homens e mulheres etc.), escola (aprendizagem das regras de civismo, símbolos da pátria, instrução, hábito da leitura etc.), refeições (arte de comer, convites, anfitriões), festas, templo (bem comportar em celebrações e ambientes religiosos), casamento, esportes (jogos em casa, esportes nas férias), amizades (saber escolher os amigos, hóspedes, dar e receber presentes, apresentações), funerais, repouso (saber o momento de repousar) e personalidade e cortesia. Na abertura de cada um desses capítulos, é interessante notar, há um questionário que conforme a orientação deve ser respondido mentalmente antes de acompanhar os ensinamentos.

Todavia intencionando outras imagens ou mesmo comparações podemos destacar o *Etiqueta Social*(1965), de Iracema Soares Castanho. Apresentando algumas diferenciações, esse manual já inicia expondo alguns fragmentos publicados pelo *Jornal do Brasil*, *Correio da Manhã* e *O Globo* em 1965 que enaltecem os seus pontos mais vigorosos, tais como: o preço acessível, o formato prático e a possibilidade de levar cultura ao povo. Ou seja, a etiqueta e a decoração da casa vistas como elementos auxiliares na formação dos sujeitos. Além disso, percebe-se como tais assuntos são nuançados e bem menos direcionados especificamente à mulher de modo a não torná-la a única responsável pelas tarefas do lar; as orientações são destinadas a um leitor genérico, na maioria dos casos, podendo este pertencer a um público feminino ou masculino.



capa do livro, 1965

Uma descontinuidade interessante em relação aos outros dois manuais que foram apresentados anteriormente é que este dá início aos ensinamentos de etiqueta a partir do tema da decoração. A diferença fundamental é que nos manuais que destacamos a decoração aparece polarizada entre mulheres sem filhos e mulheres com filhos, ou seja, as primeiras poderiam contar com um tempo mais maleável e, assim, terem como “escopo não só a ordem impecável da casa, mas também a beleza dos móveis e dos complementos decorativos” e as últimas serem disciplinarizadas pela obrigação de cuidar da sistematização dos ambientes e das peraltices da prole. Já neste o interesse pela ornamentação da casa cabe a quem tiver esse bom gosto (Castanho, 1965, p. 37).

### **O colonismo social**

Adentrando mais à década de 1960, podemos notar diferenciações não apenas no tratamento dado aos temas nesses compêndios, mas, principalmente, na afirmação da

autoridade de alguns personagens nos domínios da etiqueta. Apesar de atuarem em jornais, os colunistas sociais inauguram algo que é muito importante na experiência no campo dos “refinamentos” que é a vivência da “sofisticação” a partir dos encontros sociais das camadas mais altas.

Na década de 1960, as colunas sociais tornam-se lugar de projeção para os autores de manuais e também fontes de informação sobre os comportamentos “refinados”, especialmente, das(dos) colunáveis. Cabe ressaltar que são ainda poucos os trabalhos de investigação sobre o colunismo social no Brasil. Foi com base na leitura de alguns artigos publicados na área do jornalismo - os mais conhecidos entre a década de 1960 e 1970 foram Marcelino de Carvalho, José Tavares de Miranda, Ibrahim Sued e Jacintho de Thormes - que elaboramos as primeiras reflexões sobre esse material etnográfico.

Isabel Travancas e Muniz Sodré<sup>18</sup> são unânimes em afirmar que esse gênero teve seu auge a partir da década de 1950 e tinha como função consagrar o estilo de vida e fausto das elites; a celebração dos signos diacríticos que se pode portar para a frequência a um determinado grupo; nesse caso dos endinheirados e dos tradicionais. Como jornalistas, Marcelino de Carvalho e José Tavares de Miranda desenvolveram trabalho em São Paulo e Ibrahim Sued no Rio de Janeiro; quanto à Jacintho de Thormes não foi localizado nenhum material que o tornaria um autor de manuais de etiqueta.

Com estilos peculiares, porém com algumas aproximações, a forma como escrevem esses manuais revela uma difícil separação entre o mundo do *glamour* por eles vivenciado, o posterior registro nas colunas sociais e a elaboração de um guia de “boas maneiras” ou de “boa conduta” para aqueles que querem ascender ou “refinar” seus hábitos. Apenas endinheirar-se não seria suficiente.

#### **a) Marcelino de Carvalho**

Atuando como jornalista, destacou-se como cronista em São Paulo a partir da década de 1960, assinando por vários anos colunas sociais no jornal *A Gazeta*. Como figura

---

<sup>18</sup> Travancas, Isabel. A coluna de Ibrahim Sued. Rio de Janeiro. Rocco. 2001. Ver também: Muniz Sodré em [www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br) em agosto de 2003.

conhecida não apenas nos meios sociais como também acadêmicos, Carvalho é apresentado pelo filósofo Renato Janine Ribeiro:

(...) no tempo em que eu era criança, Marcelino era considerado o ‘papa da etiqueta’. Naquela época, existia em São Paulo um personagem chamado ‘quatrocentão’. A cidade completara quatrocentos anos em 1954 e nas décadas seguintes os descendentes dos primeiros povoadores se gabavam, diante dos imigrantes italianos e depois orientais que tinham dinheiro, mas, não ocupavam as colunas sociais, de serem melhores que eles”. Marcelino de Carvalho fazia, então, a etiqueta dos “quatrocentões”.<sup>19</sup>

O que é destacado como critério de distinção no relato acima é a antiguidade, ou seja, os melhores seriam os personagens que primeiro teriam chegado, que já tinham construído uma rede de relacionamentos – seriam “os estabelecidos” a que o sociólogo Norbert Elias se referiu em seu trabalho sobre a fictícia comunidade de Winston Parva, em Leicester, a partir da qual desenvolveu reflexões que levaram em conta a forma como os grupos criam um alto grau de coesão a partir de relações sociais em que o poder, baseado em laços distintivos de convivência antiga se sobrepõem a vínculos com sujeitos que não possuem um passado e lastro histórico em comum. Isso se assemelha muito ao *modus operandi* dos quatrocentões que aparecem na fala de Ribeiro e que eram, então, propagados por Marcelino de Carvalho.

Não é difícil notar que Marcelino de Carvalho tem um estilo peculiar de transmitir os preceitos de civilidade em tom de anedota. Percebe-se que o importante é deixar o leitor certo de que o que vale no “mundo da etiqueta” é parecer “fino” e, para tanto, é necessário, deixar bem a mostra, no círculo de amizades e proximidades: a decoração da casa, um conhecimento – mesmo que raso - sobre história da arte, ter peças de herança familiar, enfim, símbolos que demonstrem certa posição social. Observe o trecho abaixo extraído de seu livro *Snobérrimo*:

---

<sup>19</sup> Informações extraídas do site [www.renatojanine.pro.br](http://www.renatojanine.pro.br) em janeiro de 2007

Não há necessidade de alguém se gabar de ter um Portinari em sua casa, bastando dizer – com o ar mais descuidado do mundo – que viu uma tela do artista por vinte milhões, quando a dele é da fase mais feliz do pintor. Todos ficam sabendo que quem fala tem um Portinari e que a tela vale muito mais do que os vinte milhões citados. (...) Como o hábito faz o monge – queira-se ou não - nunca um homem elegante deve dizer que sua casaca tem menos de trinta anos, podendo até alegar que recebeu de herança de um velho tio. (Carvalho, 1966, p. 8).

Dentre as suas publicações, *Snobérrimo* (1966) é o mais lembrado pelos entrevistados com idade acima de 60 anos. Dividido em duas partes a qual a primeira destina-se a pequenos excertos com os seguintes títulos, entre outros: “a boa educação”, “nunca seja sincero!”, “diga-me o que comes...”, “não seja oferecido”, “agradar é a maior qualidade”, “seja discreto” e a segunda escrita 34 anos depois da primeira na qual o autor afirma perceber um movimento social “evolutivo”, tais como: “a vaidade é masculina”, “o que é ser *gentlemen*?”, “diga isso com flores”, “letras e literatos”, “só o ócio produz”.

Elaborado depois de um convite para uma versão (adaptação) de um livro francês de autoria de Pierre Daninos, cujo título parece bastante sugestivo (*Snobissimo ou le désir de paraître*), associa-se, também, ao fragmento anterior. Nada melhor do que essa alusão, ou seja, o desejo de parecer mais do que a importância daquilo que se é. Deste modo, falar sobre uma tela valiosa não quer dizer necessariamente que se possua uma, mas fazer parecer que algo caminha para essa posse já é uma boa indicação de “refinamento”. Ter essa noção de diferenciação pode abrir caminhos ou fechá-los também, depende do uso. Conforme afirma Carvalho, o desejo por esse tipo de aprendizagem emergiu da juventude masculina da década de 1930, “bem nascida e educada” que desejaria seguir uma posição destacada na sociedade que já vinha lhe fazendo tal pedido.

O autor não se furta a assumir seus conhecimentos sobre a alta sociedade, nem tampouco a se oferecer como detentor legítimo e pessoa mais indicada a realizar tal tarefa. Seu texto é recheado de misturas de idiomas, o que tornaria mais *chics* e convincentes suas orientações, além de demonstrar um conhecimento de causa, um domínio dessa gramática, que é fortemente simbólica. A passagem seguinte exemplifica:

Dizer a uma senhora que ela é bonita, agrada. Dizer que seu vestido é uma maravilha de *Patou* ou uma delícia de *Augustabernard*, lisonjeia. Não se iluda, meu amigo de vinte anos. Ninguém precisa ler esses manuais de saber viver, que forçam atitudes rijas e incômodas. Um rapaz bem nascido já traz no sangue dez ou doze gerações dessas regras, que seus antepassados mastigaram, digeriram e assimilaram. Mas o que é preciso ser lido e meditado é o conteúdo das páginas de *Vogue* e do *Femina*. Conhecer as últimas tendências dos grandes costureiros. As jóias de *Cartier*. Os perfumes de *Lanvin* ou de *Chanel* (Carvalho, 1966, p. 70).

A partir desse fragmento podemos notar quantos signos são destacados a fim de que o leitor se informe e consiga “bem freqüentar” socialmente. Carvalho sugere que o peso das gerações e do sangue, qualidade que pode dar suporte e conferir estrutura, mas o questionamento que vem logo em seguida é: porque razão ele seria tão objetivo em destacar a importância dos elementos que tornam uma pessoa atendida, ou seja, é necessário pertencer a um esquema de significados em que, mais que a moda, o nome, a grife seleciona seus participantes. Não é usar qualquer perfume que torna uma pessoa reconhecidamente “fina”; é escolher um “Chanel”. Não é ler e acompanhar as últimas notícias de uma revista aleatória; é ler a *Vogue*. Supostamente porque vivenciamos, implacavelmente, um mundo no qual o consumo faz diferença, especialmente se os produtos forem de marcas notabilizadas social e culturalmente (Grillo, 2006). Ou seja, essas são regras importantes que fazem parte desse universo para que a troca e o encontro se consolidem. De forma significativa, os manuais constroem uma visão do “refinamento”, bem como da maneira como se dá a inclusão ou exclusão social, quais critérios selecionam os vínculos e a importância que recai sobre aqueles que são oriundos de famílias antigas e tradicionais que, no entanto, não é o suficiente como pode se notar.

Em seu *Guia de boas maneiras* publicado em 1963 como um livro especificamente direcionado à transmissão do “bem comportar-se” e por não se ater ou deixar transparecer o *glamour* envolvido nas recepções sociais, Carvalho restringe-se à divulgação das regras como a maioria dos manuais editados na área. No entanto, essa ausência de sinais de diversidade em relação a outras produções nos leva a refletir sobre as razões que fazem uma autora, também jornalista, já mais contemporânea, como Claudia Matarazzo, reeditar esse mesmo manual de condutas a partir de algumas atualizações para o momento histórico atual.

Isso indica que o olhar detalhado sobre tais escritas continuamente nos leva a pontos entrecruzados. Mais uma vez é possível destacar: que Marcelino de Carvalho não era um sujeito sem eira, nem beira. Frequentava os círculos da “boa sociedade do refinamento”, os mesmos ambientes, inclusive, que o tio de Claudia Matarazzo, Ciccillo Matarazzo, atuava como anfitrião recebendo em sua casa figuras ilustres e de proeminência como o autor em destaque. Carvalho orienta:

Quando o empregado anuncia à dona da casa que a refeição está servida, ela se levanta e se dirige às pessoas mais importantes fazendo-lhes sinal com o gesto e o olhar que devem chegar à sala de jantar. Uma palavra gentil é sempre um prazer (Carvalho, 1963, p. 53).

Acompanhando os detalhes das orientações, é possível visualizar os gestos que envolvem e caracteriza um determinado tipo de feminilidade descrita por Carvalho; a “discrição” e a “serenidade” dão o tom somado ao aspecto de “sofisticação”. Essas caracterizações tornam-se importantes, também, no sentido de mostrar quais são os perfis mais esperados e que participações na vida social eram esperadas das mulheres nas altas camadas sociais com as quais o autor convivia.

## **b) José Tavares de Miranda**

Também jornalista de grande evidência entre as décadas de 1960 e 1970, notabilizou-se na coluna social do jornal *Folha de S.Paulo*. Além disso, foi membro da Academia Paulista de Letras, convivendo, assim, com o mundo da literatura (poesia) e do colunismo social. É preciso destacar que *Boas maneiras e outras maneiras*, escrito por esse jornalista, teve seu clímax graças às boas relações advindas dos frequentadores de suas colunas sociais. Apesar de ter publicado mais romances e livros de poesia, sua fama na divulgação das “boas maneiras” consolidou-se a partir de seu próprio jeito “clássico e elegante” de ser, tornando-se exemplo de “bem comportar-se”.

Tavares de Miranda não deixa de destacar a si mesmo como exemplo quando as dúvidas aparecem no terreno dos “refinamentos”, nem de registrar que para uma “boa vida” em sociedade é importante ter matéria-prima ao alcance, ou seja, ter um capital cultural útil em conversas sociais. Mas do que seria composto esse capital? Na dúvida, o autor oferece-se como manancial de consulta *a priori*, mas expõe que as viagens pelo país e pelo mundo são bem-vindas, assim como os movimentos no mundo das artes.

Seu manual difere um pouco do dos outros dois autores citados (Marcelino de Carvalho e Ibrahim Sued, que vem a seguir) por apresentar artigos “dupla face”, i.e., ensinar etiqueta, como se comportar à mesa, em recepções, o uso das roupas mais adequadas a diferentes situações sociais, as melhores atitudes em casamentos, batizados e funerais, como qualquer outro manual, mas também orientar, principalmente, sobre a convivência, seus campos minados e como se dá a relação entre as regras e a sua prática. Note no fragmento a seguir a manobra do autor:

O comedimento, a discrição, uma certa dose de reserva no trato de assuntos íntimos, a atenção constante, delicada, porém não excessiva, para com seus semelhantes, são marcas de distinção da pessoa elegante. Isso não depende – não mesmo – de quantos ternos há no guarda-roupa ou dos milhões na conta bancária: a elegância não é privilégio da riqueza, é acessível a qualquer pessoa de recursos médios e que procure polir a apresentação para satisfação própria, para sentir-se melhor ainda acolhida no meio social em que vive e atua (Tavares de Miranda, 1965, p. 40).

No momento em que Tavares de Miranda frisa que condição socioeconômica não garante elegância, ele aproxima sua consciente influência das camadas com menos poder aquisitivo sem deixar cair em descrédito a importância do “refinamento” para os círculos mais abastados. Sua escrita gera esperança, possibilita a crença em uma realidade melhor e que, acima de tudo as pessoas possam, ao acalentar seus sonhos – aqueles que serão discutidos posteriormente a partir das revistas - , encontrar novos significados para suas vidas.

O *glamour* é um coeficiente comum entre os três autores. Como se concretiza esse estado nas artes desse “refinamento” proposto por nossos personagens? Por meio, apesar da ressalva do trecho anterior, do enaltecimento da cerimônia nos jantares e o uso de serviços à mesa à moda inglesa que transparece uma rigidez ou o desejo por algo impecável. Essa é

uma cena que se forma na mente de quem lê esses manuais, aos moldes, do protagonista do filme *Vestígios do dia*<sup>20</sup>. Tavares de Miranda afirma que os jantares de cerimônia exigem um tipo de serviço de “criados com luvas brancas de algodão”. Dessa forma, transparece em sua escrita um compartilhar de intimidades com os colunáveis que embrica sua escrita às regras de “boa conduta”:

Se você minha querida amiga, tem um *chef de cuisine* dos legítimos, a escolha dos pratos que constituirão a refeição – seja almoço, seja um grande jantar de cerimônia ou uma refeição *en petit comité* – não constitui problema. Já mudam de figura as coisas, se você não pode repousar num especialista de alto gabarito: cumpre-lhe escolher o que vai ser servido e essa não é tarefa das mais fáceis. (...) O campo está sempre aberto à imaginação da dona da casa: até farinha de mandioca pode servir, se for de Nazareth, legítima da Bahia, também, cuscuz paulista, pato no tucupi, lagosta à pernambucana; tudo cabe, com *donnaire*, com elegância (Tavares de Miranda, 1965, p. 67).

Como se vê, a legitimidade no campo dos “refinamentos” pode vir tanto do “requisite” e “sofisticação” de uma escolha que passe por um critério de antiguidade, ou seja, uma espécie de credencial de autenticidade que pode ser vislumbrada historicamente, mas pode também ser convocada por meio de um presente regionalizado, pela cultura da terra que passa por uma leitura às avessas transformando-a em material de riqueza, desde que autêntica. Esta última igualmente considerada “elegante” viabiliza, na falta dos antepassados europeus, um lastro histórico e nacional relevante, contudo, devendo contar amplamente com os domínios da dona da casa.

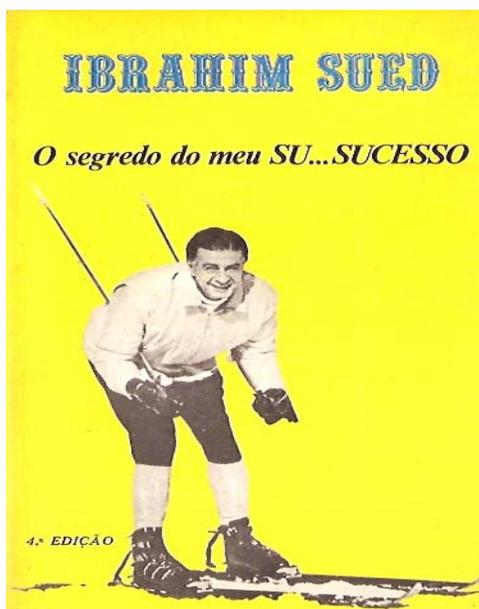
### c) Ibrahim Sued

Filho de imigrante árabe, nascido em Botafogo, Rio de Janeiro, em 1924, antes de ganhar fama e notoriedade como colunista social na década de 1950, foi entregador e

---

<sup>20</sup> Lançado em 1993, o filme tem como protagonista Anthony Hopkins no papel de um mordomo inglês que segue à risca suas funções, deixando é claro, resguardada sua história pessoal, bem mais humilde. Ao lado de Emma Thompson, Christopher Reeves, Hugh Grant e Ben Chaplin, *Vestígios do dia* torna-se nas mãos do diretor James Ivory um importante retrato da sociedade inglesa do final da década de 1950.

fotógrafo. O destaque que Sued conseguiu em seu meio deveu-se ao privilégio que conferia à informação, aos fatos políticos, ao mesmo tempo em que frequentava as festas da alta sociedade de uma maneira astuta. Ali era o lugar por excelência em que a elite se via e se reconhecia e, dessa forma, o colunista comparecia como acontece ainda hoje com outros profissionais da área, registrava o ambiente, quem eram os convidados, o cardápio, e, principalmente, o manejo de todos esses signos e códigos que resumem o grupo. Não lhe faltou, pelo visto, material para o registro em três manuais de boa conduta: *O segredo do meu Su...sucesso* (1976), *Aprenda a receber: etiqueta* (1977) e *Nova etiqueta* (1978). Observemos uma das capas de seus livros:



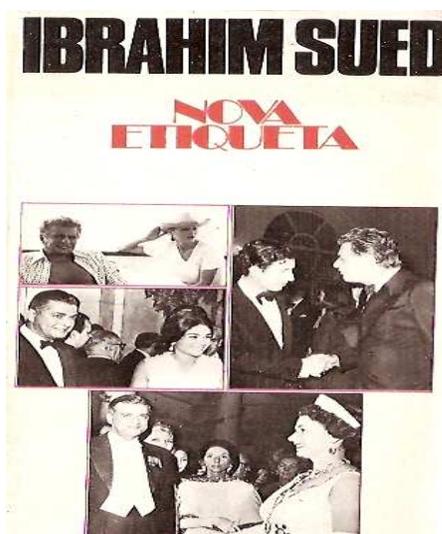
(capa do livro, 1976)

É interessante notar que dos três autores destacados, Sued é o que mais se empenha em se fazer reconhecer como pertencente ao um nível socioeconômico alto a exemplo da imagem anterior em que aparece como esquiador. Há um investimento em pelo menos instalar um imaginário social nesse sentido. Como participante de festas de figuras ilustres como o Presidente Castelo Branco, artistas como Marlene Dietrich, estadas por Cannes com atores como Kim Novak, Ava Gardner etc., (todas essas aparições são confirmadas no livro

por meio de imagens fotográficas) contudo, em determinada parte do livro *O segredo do meu su....sucesso* registra:

O bom gosto não significa apenas dinheiro. Se você não é muito de ler, é bom saber que ninguém é obrigado a ser letrado ou tirar uma de cultíssimo. Nada de fazer biblioteca e comprar coleções de livros emoldurados que você nunca leu, provavelmente nunca vai ler e ter na biblioteca apenas para decoração. O autêntico é você colocar encadernado, se possível, somente os livros que você leu. Afinal de contas, ninguém é obrigado a ser letrado nem intelectualizado (Sued, 1976, p. 86).

Mais do que enfileirar regras que dariam conta de um posicionamento no campo dos “refinamentos”, este autor adverte que o domínio sobre a etiqueta não ganha sentido apenas pela conquista da posse material e econômica, pura e simplesmente. *Ter não é ser*; pode ser no máximo *parecer*. Todavia, a capa de mais um de seus livros confirma que a frequência a uma rede social de relevância faz diferença na convivência do “refinamento”:



capa do livro, 1978

Há peculiaridades em seu trabalho que conformam uma diferença em relação aos outros dois autores citados: Sued integra, de forma mais persuasiva, a história de vida que foi construindo aos conhecimentos adquiridos sobre “elegância” e etiqueta e, por

consequência, os elos de amizade representados por nomes detentores de um “bom gosto”, em sua visão: Ivo Pitanguy, Jorge Guinle, Roberto Marinho, Princesa Dona Fátima de Toussoum, entre outros. O que pode ser retido é o desejo de propagação de determinados modelos de vivência “refinada” que vem do costume da etiqueta e da casa “bem delicadamente ornamentada”. Acompanhe uma das descrições:

#### Jorge Guinle

O apartamento mansão de Jorginho Guinle, na praia do Flamengo, foi decorado na sua totalidade em estilo francês, no qual se realçam os imensos pés direitos e o magnífico jardim suspenso, em cujo gramado são utilizadas mudas inglesas. O imenso *hall* é revestido de mármore de Carrara e português. A ampla sala de jantar é dominada por uma maravilhosa tapeçaria francesa do século XVII, que pertenceu aos reis da França. A biblioteca, inteiramente revestida de *boiserie*, completa-se com o salão de recepção. Em ambos podem ser admirados objetos de arte de extremo bom gosto, entre os quais se destacam uma estátua da Renascença, um quadro de *Romnie*, bem como tapetes raríssimos, autênticas e inigualáveis obras-primas (Sued, 1976, p. 91).

Um significado importante nos escritos de Sued refere-se a uma etiqueta vivida de forma estética (no sentido do belo e da apreciação das artes), por isso sua também associação com a decoração. A cena que pode ser imaginada a partir da descrição acima nos convida a refletir a respeito do perfil de sujeito que habitaria tal casa, pois não há como separar o ambiente da prática de seus moradores. Isso porque se cria ao redor desses ambientes uma expectativa de um comportamento à sua altura e vice-versa, ou seja, conhecer uma pessoa é idealizar sua casa.

Esse conjunto de informações que associa o “bem comportar-se” e a decoração dos ambientes domésticos com os artefatos escolhidos em consonância com a condição sócio-econômica e cultural está envolvido por significados que são construídos e absorvidos, mais que cotidianamente, por meio do hábito. É o que Sued resume em uma frase: “*etiqueta não é tabuada; não adianta decorar as regrinhas para aplicar na hora. Olho vivo porque cavalo não desce escadas*”. (Sued, 1977, p. 10).

O que se observa é a importância do cultivo de um hábito visto, não à maneira de um mero costume, mas algo que se repete todos os dias, vivido como tradição familiar;

como algo esperado. Esses comportamentos são alimentados na esperança de tecerem vínculos mais estreitos inclusive, nisso residiria a razão das descrições que Sued faz em seus livros acerca da rede de amigos conquistada ao longo da vida. Além disso, transformam-se em sinais diacríticos, i.e., marcas pelas quais se reconhece e é reconhecido dentro do grupo dos cultivadores do “refinamento”.

As fortes pinceladas dedicadas ao cavalheirismo não são deixadas de lado em nenhum de seus manuais. Ressalvas são feitas acerca dos comportamentos vistos, por vezes, como descontextualizados ou ultrapassados, no entanto Sued os reconhece como datados e insiste em seu uso por evidenciarem um cuidado que o homem pode ter com a mulher, abrindo e fechando portas de carros, cedendo o lugar interno da calçada à sua acompanhante, no sentido de protegê-la, gentilmente. A figura masculina e a feminina teriam papéis mais definidos, ao homem, o “amparo” e a “assistência”; à mulher, a “docilidade”, a “aceitação”.

A etiqueta propagada por Sued proporciona realces ao que poderia constituir-se como um simples modo de receber, de comer; de “bem comportar-se”. Em sua visão é necessário saborear cada momento, já que a “elegância” ou “boa educação” residiria na atenção aos pequenos detalhes, seja no dia a dia, seja em recepções de convidados, amigos ou familiares.

\*\*\*

Não entrarei no detalhe de maiores dados historiográficos, mas há alguns marcos socioculturais relevantes para as compreensões que aqui são propostas. É o caso do ano de

1968<sup>21</sup>, considerado um divisor de águas no que se refere a mudanças de comportamentos que não podem ser ignoradas. Imbuídos de algumas das representações que envolvem a virada para a década de 1970, alguns consultores/autores procuram explicar a importância crescente da etiqueta que invade o mercado dos livros, palestras e cursos de etiqueta.

A justificativa está em dizer que, se a etiqueta foi marcada, em décadas anteriores, por certa diminuição de sua importância, na década de 1980 o movimento tem seu reverso e os homens, muitas vezes arredios, e também assim considerados, em termos de público consumidor de tal prática, passaram a procurar essas regras, ainda que não tão intensamente no que se refere à sua vida pessoal, mas de forma mais significativa para a área profissional. *Poder pode, mas... não deve*, de Bárbara Virginia, teve sua primeira edição em 1986. Com formação em psicologia e direito e alguns estudos feitos em diversos países como Portugal, Espanha, França e Itália, foi na literatura direcionada aos comportamentos sociais que a autora ganhou destaque. Virginia explica que o título de seu livro surgiu de um *slogan* criado por ela para um programa na Rádio Mulher, em São Paulo, em que apresentava o programa matinal *Ela é bárbara*. Em seu livro pretendia lembrar as leitoras que um dos objetivos era esclarecer às mulheres que ser elegante:

[...] não é estrear a todo o momento um vestido nos rigores da moda, mas se sentir bem com uma roupa que já tem algum tempo no guarda-roupa; é lembrar as datas, os gostos dos nossos amigos. (Virginia, 1992, p. 14).

O “bom andamento” do lar estaria nos pequenos e discretos toques de “carinho” e “refinamento” impressos na dinâmica da vida cotidiana, mas também na extensão desses à rede de amizade próxima que se forma socialmente.

---

<sup>21</sup> Esse é um ano de grande importância revolucionária e contestadora não apenas social e política, mas especialmente cultural que condensou movimentos de “descontentamento” pontuados pelo mundo todo e que tiveram o seu ápice no chamado Maio de 68 e que foram impactantes para o movimento de liberação sexual, de afastamento de visões conservadoras nas universidades, além das conquistas femininas quanto ao mal-estar que envolvia as várias facetas do ser mulher nessa época. Ou seja, a feminilidade nos anos 1960 era representada por repressões e obrigações a serem seguidas a fim de se poder pertencer ao grupo das “boas moças” ou “boas esposas”, por exemplo. Assim, discorrendo de uma maneira bem resumida aqui, 1968 simbolizaria a abertura para novos valores e novos comportamentos. Para uma discussão mais aprofundada: Matos, Olgaria. Paris 1968: barricadas do desejo. São Paulo. Brasiliense. 1981; Moraes, Maria Lygia Quartim. O que fazíamos em maio de 1968 no Brasil. (entrevista). In: Revista Mediações, v.13, n.1-2, 2008.

O livro é composto por quatro partes: na primeira a autora explica que uma pessoa bem educada ganha importância no convívio social, característica que deve ser associada a uma boa maneira de comunicar-se, não apenas na escrita, como oralmente; na segunda parte, intitulada “Cerimônias e informalidade”, são abordados assuntos relacionados à arte de receber, tipos de festas desde o churrasco até eventos mais formais, os tipos de serviços utilizados na etiqueta à mesa – à americana, à francesa; na terceira parte, nomeada “A vida e suas cerimônias”, surgem as orientações sobre eventos ritualizados como batizado, Primeira Eucaristia, crisma, *debut* (festa de debutante), noivado e casamento. O livro finaliza com “Festas e festinhas”, onde são contempladas as festas infantis, festas de aniversário, festas juninas, festas de fim de ano etc.

Uma mistura de orientações de “bom-tom” com sua biografia produz uma legitimidade a todo o conteúdo ali disposto. Faz diferença ao leitor que se depara com histórias de como uma criança deve aprender a levar em conta os “bons comportamentos” na hora do chá da tarde por ser uma cerimônia significativa em seu cotidiano. Assim como, expor a formação que seu pai teve em Oxford e a herança genética inglesa de sua mãe lhe traz boas credenciais, valida a trajetória de quem fala do “refinamento” do ponto de vista dos “de dentro”.

Algumas narrativas de ordem histórica e de caráter informativo permeiam o livro, como a lendária história do chá no Oriente. O tom utilizado confere à sua obra um traço mais cultural, associando o “refinamento” a elementos simbólicos, sociais e culturais que transformariam e preencheriam os “interiores” dos sujeitos.

Discorrendo sobre assuntos ritualizados, Virginia destaca o debutar, ou seja, momento ritualístico em que a menina que completa 15 anos e é apresentada ao seu grupo social em sua festa de debutante. Para contextualizar esse ritual, Virginia retorna ao que ela chama de “tempos passados”, provavelmente, os tempos em que era jovem, época já distante uns 40 anos:

Nos tempos passados, o *debut* acontecia com a idade de 17 ou 18 anos, coincidia com o término do colégio, era também a noite do primeiro baile, do primeiro vestido a rigor. Hoje, as jovens de 12 anos em diante já têm festas em *boites privées*, discotecas, danceterias, e ficam fora de casa até a meia noite ou bem mais.... Vestido longo já faz parte do guarda-roupa da infância... Não sou contra, mas quero dizer que as jovens que pretendam

debutar devem fazê-lo entre os 14 e os 16 anos, no máximo. (Virginia, 1992, p. 153).

A partir do conjunto de regras de “boas maneiras” que Virginia disponibiliza podemos notar os desencontros geracionais, as práticas que se modificam, os temores que emergem a fim de que a proteção da menina se mantenha. O livro não versa sobre orientações psicologizantes sobre o que deveria ou não ser feito em determinado episódio da vida, mas, como se percebe pelo fragmento, as regras transmitidas deixam entrever um imaginário social de expectativas e normas para a construção da imagem da “boa moça”.

Dentre as comemorações relevantes que, também, figuram na busca por regras que afastem o incidental em momentos tão esperados, estão o noivado e o casamento, envolvidos também por uma atmosfera reluzente daquilo que se constituía como sonhos, mas, também, explicitados a partir do ponto de vista de um passado distante que encontra respaldo no olhar de quem possui uma trajetória:

Antigamente se dizia: “o amor vem com o casamento”. Era a família que mandava; os interesses estavam acima de tudo. Nos tempos atuais é absurdo que se case pensando apenas em comemoração, festa, vestido ou l-i-b-e-r-d-a-d-e. Hoje ninguém é obrigado a casar. Quem o faz deveria descobrir que para um verdadeiro matrimônio, o amor é sumamente importante, mas que é importantíssimo conhecer os reais pontos de contato entre duas pessoas, cultivando a amizade num sentido pleno e o respeito mútuo. (...) Mas é interessante que apesar de uma forte corrente contra o casamento existir, felizmente a maioria das moças ainda sonha com esse momento (Virginia, 1992, p. 158).

Vejamos um trecho do que é interessantemente destacado por Virginia como advertência para o “bom andamento” do lar nos anos de 1990:

O homem é “machista”, sempre foi educado pela mulher (a mãe, a super-mãe) e continua a sê-lo. Então mulheres de todas as idades: não poupem os meninos, não explorem as meninas. No nosso mundo é importante que os garotos lavem louça, saibam usar a máquina de lavar, arrumem a cama, saibam utilizar o aspirador, tratem até de alguma roupa. Tudo isto pode e deve ser feito sem qualquer complexo, e eles podem ter a certeza de que não é por isso que aparentarão ser menos homens. (Virginia, 1992, p. 263).

No hiato das produções de “boas maneiras” entre 1968 e 1978, anos de grandes transformações sociais, culturais e políticas, uma outra forma de divulgação no horizonte dos “refinamentos” continuava conquistando mais notoriedade: a decoração de interiores. Essa não viu seu caminho interrompido, pois, como vimos, esse tipo de literatura destinada à ornamentação da casa começou a despontar na década de 1950.

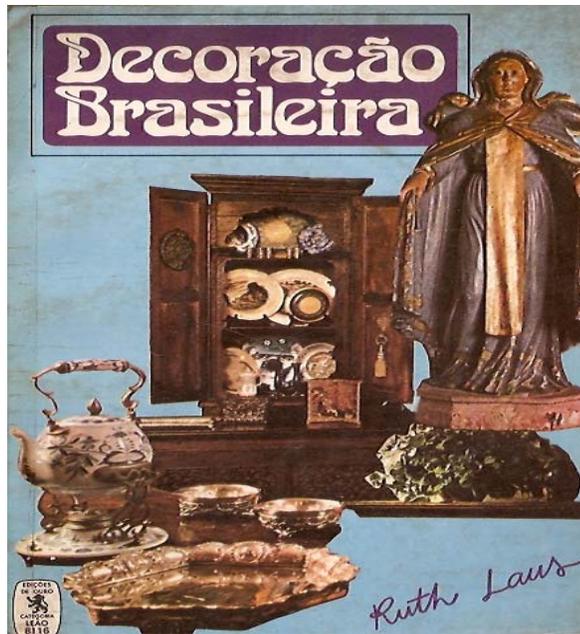
Em 1967, Lida Resstom, que nessa época era professora de decoração em São Paulo, publica, com o intuito de oferecer às suas alunas um material de consulta sobre o tema em português, o seu *Decoração de ambientes*. E o que parece bem relevante é a justificativa e a referência concedida ao olhar sobre a decoração que, conforme Resstom, se vai modificando:

No Brasil, os lares eram arrumados, mobiliados, compravam-se os conjuntos, as ‘móveis completas’, que eram colocadas sem qualquer cuidado e preocupação nos ambientes, os quais careciam, em sua grande maioria, de um toque pessoal (Resstom, 1967, p. 4).

Resstom anuncia que nos vinte anos antes de sua publicação no Brasil eram muitos os entraves para a valorização da decoração dada a carência de literatura nacional e pouco estímulo e interesse pelo assunto. No entanto, a autora ressalta que a mudança é fruto de um processo relacionado à educação em geral, ou seja, não havia tido uma aprendizagem desses valores estéticos no ambiente doméstico.

Com a divulgação do livro de decoração de Ruth Laus, autora contemporânea de Lida Resstom, que mesmo que o seu *Decoração brasileira* (1977) tenha vindo a público dez anos mais tarde, o convite para a transformação das casas em lares é bem mais enfatizado. A pergunta é: a partir de quais elementos? A resposta: de objetos oriundos, especialmente, dos “pertences de vovó”, i.e., das canastras, das arcas, das cômodas, dos armários de cozinha, das cristaleiras que compunham os lares antigos.

Tradição é a palavra importante, como já se pode notar a partir da capa do livro:



(capa do livro, 1977)

O toque pessoal ao qual Resstom alude é personificado nessa capa de Laus. Quer dizer, o tom vem de pertences, de objetos que contam uma história de vida e que conferem, por um sentido amplo, “sofisticação” à decoração, não apenas nessa época, como na atualidade. Bules, imagens de santos, bandejas em bronze, pratos em porcelana passam a ser a representação do “elegante” e a compreensão do que é “alinhando”, expressão também bastante usada na área, vem do que tem lastro ou condensa uma “experiência de vida”. A passagem que se segue é muito significativa dos elementos que compõem esse “refinamento”, que não requer, necessariamente, uma grande facilidade econômica, pois o que importa é “o ‘como’ se gasta e não ‘quanto’ se gasta” (Resstom, 1967, p. 5):

Sendo o morar uma das mais importantes coisas da vida, não poderá, naturalmente, ser feito num ambiente vazio de nós mesmos, frio e artificial, onde nos sentíssemos intrusos e deslocados (Laus, 1977, p. 15).

A preocupação que emerge: ficar vazio de si mesmos e não apresentar um sentido de existência, um enredo de vida. Como possibilidade de afastamento desse perigo, resgata-se a “arca da vovó”, o passado, as histórias que retornam como um filme e vão compondo e expondo, a partir da arte decorativa, as teias de inserção dos sujeitos. Assim, acontece com

os porta-retratos – se as fotos forem antigas, melhor ainda – a emoção é transbordante, pois ali se revive; volta-se no tempo. Laus afirma: “*alguém, de profundo bom gosto, tempos atrás, viu, então, no sótão empoeirado, ressurgir todo o passado a segredar os velhos poemas pela casa toda*” (Laus, 1977, p. 77).

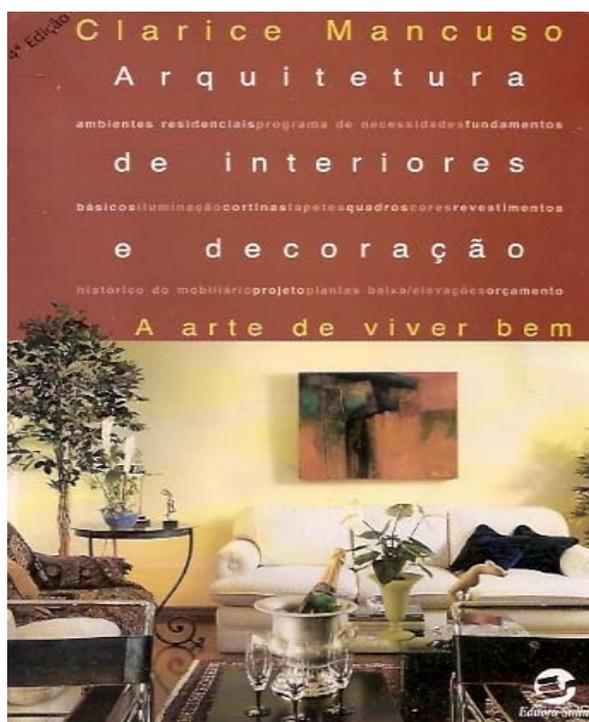
Buscar essas lembranças, buscar as tradições que remetem às vidas dessas mulheres que seguiram os conselhos dos livros de decoração, pode dizer muito sobre suas motivações e, por meio disso, entender a boa acolhida que o “bem decorar” teve naqueles anos. Laus refere-se às peças de forma a criar, por meio da tradição, uma legitimidade para elas. Muitas de suas leitoras eram herdeiras de uma história circundada por porcelanas azuis e brancas, muitas vezes herança das mulheres da família:

Pratos são tão lindos. Brasonados, alguns, outros de Macau e da Companhia das Índias são raros. Há os ingleses em azul e branco. Mas sendo o que for, inglês ou de Macau, vindo de onde vier, o prato antigo ficará sempre bem colocado como enfeite de parede. Estarão certos nas salas de estar, jantar, na copa e também na cozinha. Dependerá do grau de luxo que o apartamento der às suas dependências. (Laus, 1977, p. 90).

O perfil dos sujeitos é que indicará tais e quais usos, mas de qualquer maneira Laus não se furta a destacá-los em sua magnitude de forma a poetizá-los, maneira que tende a se diferenciar da orientação concedida por Clarice Mancuso, cujas dicas podem ser encontradas até hoje.

Mancuso não abandona o hábito de utilização de objetos antigos na decoração, mas tais peças não necessitam de um fluxo familiar, podendo ser oriundos de antiquários, isto é, comprados a preços negociáveis. Como poderemos notar, esta última apresenta um direcionamento, não menos *glamouroso* ou poético no cultivo da vida no espaço doméstico, mas diferente, por estar observando as mudanças familiares, os novos arranjos e adequando a arte da decoração dos ambientes aos valores agregados aos variados perfis e transformações como poderemos acompanhar.

Clarice Mancuso, engenheira arquiteta e autora de *Arquitetura de interiores e decoração: a arte de viver bem*, destaca, em sua quarta edição, que tanto a arquitetura quanto a decoração “*traçam uma trajetória onde a relação pessoa/espço é íntima e pessoal*” (Mancuso, 1998, p. 21).



capa do livro, 1998

Apesar de a capa indicar a escolha de uma decoração mais atual, no sentido do *clean*, ou seja, sem muitos detalhes ou cores, optando-se pelo mais sóbrio, o antigo ainda mantém seu lugar de importância, característica que pode ser visualizada na exposição dos tapetes persas, peça ornamental que guarda séculos de história de seus povos. Além disso, é interessante notar que como as outras autoras destacadas anteriormente, Mancuso, também, valoriza o toque de carinho vindo de peças antigas, sejam herdadas da vovó ou não, mas que apareçam na decoração. Mais do que a tradição familiar que encerram, agora contam os anos de existência delas e as histórias, não familiares, que trazem.

O livro é um manual de como proceder diante de uma casa prestes a ser decorada, ou seja, a organização dos capítulos se faz por assuntos semelhantes a outros guias já aqui citados. Um ponto diferenciado da autora, em comparação com outros manuais, concentra-se em situar o leitor diante das funções sociais dos ambientes, a reconhecer os significados de cada ambiente da casa como: *hall* de entrada, sala de estar, sala de jantar, escritório ou biblioteca, sala de jogos, lavabo, dormitório do casal, dormitório de solteiro (masculino),

dormitório de solteiro (feminino), dormitório de hóspedes, dormitórios infantis (fases entre 1 e 12 anos de idade), banheiros, cozinha, copa e lavanderia.

As orientações versam também sobre tipos de iluminação adequados a diferentes ambientes, escolha de quadros, cortinas, tapetes e as cores mais harmônicas com dormitórios, salas, cozinha, banheiro, biblioteca e lavanderia, revestimentos mais usados para teto, piso (pedras como mármore, cerâmica, granito, ardósia, madeiras) e paredes (papel, tecido e pintura).

O mobiliário – como manifestação artística e expressão de um estilo de viver – é apresentado de forma histórica, ou seja, por meio do móvel selecionado uma época é representada. Os estilos são apresentados em correspondência com as correntes artísticas: Renascimento, Barroco, Rococó, Neoclássico e Império. O objetivo é oferecer subsídios para o reconhecimento dos diversos estilos por meio de características básicas, induzir o leitor a perceber quais os usos de determinados móveis e objetos e as transformações que posteriormente vieram. Ou seja, o foco central aparece associado à ampliação cultural advinda da observação e aquisição de informações históricas e sociais contempladas por meio não apenas do mobiliário, mas das obras de arte utilizadas na decoração.

Nas diferenças existentes entre Laus e Mancuso, podemos perceber as mudanças que se insinuaram no cotidiano das famílias, principalmente no que tange à relação com o espaço da casa. Esta última imprime uma marca bastante detalhista em suas orientações diante do “bem organizar” a casa, que, mais que ambiente agradável, deve ser reconhecido em sua arquitetura, mas também em suas dimensões simbólicas.

Um dos ambientes que figura como mais importante é o *hall* de entrada. Visto como necessário na distribuição dos ambientes, de onde se vê os demais ambientes contíguos a ele, o *hall* de entrada é destacado como elemento que deve proporcionar:

(...) boa impressão, pois é o “cartão de visitas” da residência. Quando inexistente, fisicamente por contingência de projeto arquitetônico, o arquiteto de interiores ou decorador acaba por forçá-lo a existir. É interessante que se experimente uma chapeleira antiga, daquelas adquiridas em brique ou antiquários, em madeira natural ou pátina. Pode-se usar ainda uma arca baixa enfeitada com flores naturais. (Mancuso, 1998, p. 27).

Com essa descrição podemos compreender o que Mancuso quer dizer com *uma relação íntima e pessoal entre pessoa e espaço*, ou seja, essa concepção é possível, especialmente, por meio da incorporação de objetos que possuem uma história e podem, por isso, conferir um diferencial no cotidiano familiar. Observa-se que não é qualquer diferencial e, também, não é, exclusivamente, pelo fato de suas características lhe imprimirem uma localização “refinada” a exemplo da participação da lista de lotes de leiloeiros, mas primordialmente, pelas experiências sociais e históricas que essas peças carregam.

Uma chapeleira antiga ou uma arca são objetos muito selecionados e que fazem parte da contracorrente dos objetos produzidos em série e que são encontrados em variadas lojas de decoração, inclusive de renome, mas, ainda assim, não é atribuído a esses objetos um caráter de distinção, nem garantia de permanência no imaginário social, ou seja, gozam de um prazo de validade, característica justamente oposta às buscas pelo refinamento.

Estamos falando de como os objetivos e os planos anunciados pelos autores desses guias para “bem ornamentar” a casa e polir os comportamentos dos sujeitos apresentam os conteúdos que influenciam as experiências sociais, todavia, no capítulo seguinte, veremos como tais conteúdos são ensinados nos cursos e colocados em prática em variados estratos sociais e, nesse sentido, não há mais a busca pelo “refinamento”, mas as vivências poderão nos mostrar contornos bem interessantes.

A sala de estar é outro ambiente sobre o qual se faz necessário um estudo mais detido e, por isso, é importante salientar que o foco recairá sobre alguns ambientes que são apresentados pela autora de forma a nos oferecer elementos representativos de valores sociais que Mancuso reputa significativos na decoração de um lar. O que se destaca em sua maneira de orientar o leitor é a conexão e, também, a reflexão proposta entre a utilidade de uma peça decorativa e os códigos e novos arranjos sociais, culturais e familiares que devem ser previstos para os ambientes que vão receber tais artefatos. Desse modo, em sua visão, não é suficiente possuir um ambiente para a execução de um projeto arquitetônico ou decorativo elegante, pois é preciso considerar o perfil dos sujeitos que o ocuparão, isto é, o tipo de mobiliário e objetos decorativos, o número de poltronas condizente ao número de membros da família que pode ser composta por pai, mãe e “os seus, os meus e os nossos” filhos, o estilo de amigos que circula pela casa e que, com isso, também impede, segundo

Mancuso, que se mantenha o ideal de monofunção para ambientes, transformando as salas em espaços multifunção, ou seja, utilizadas “*para conversar, conviver, ler, fazer refeições e receber visitas*” (Mancuso, 1998, p. 29).

As múltiplas funções dos ambientes, apreendidas por meio das mudanças socioculturais enfrentadas pelos sujeitos, trazem vantagens à convivência, conforme discorrem os consultores. Os profissionais da área afirmam que tais transformações e a maleabilidade absorvida, especialmente pela dona da casa, e conferida ao uso dos espaços domésticos, imprimem e oferecem aos seus moradores a possibilidade de um convívio mais “harmonioso”, mais próximo e, por isso, mais afetivo, podendo, assim, tais pessoas escreverem uma história. A finalidade não é reproduzir um modelo de casa decorada tal como aparece nas revistas ou lojas de decoração, mas inspirar-se a fim de possuir um espaço “confortável” onde se possa experimentar uma sensação de “segurança” e “aconchego” ao adentrá-lo.

O direcionamento da decoração referente aos dormitórios de solteiro (masculino e feminino) pode dizer muito sobre as transformações nas relações de gênero, ou pelo menos sobre as novas percepções sociais de homem e mulher que são cada vez mais acionadas atualmente. Mancuso adverte que a nomenclatura “*quarto de menino*” já não está tanto em uso. O tipo de masculinidade aqui acionado é definido por meio das “*texturas mais ásperas e rugosas*”; já para o “*quarto de menina*” o tipo de feminilidade que aparece confere destaque às “*linhas curvas e texturas lisas e suaves*”. A diferença que aparece para o dormitório feminino é a observação quanto à escolha de uma “ambientação” que não seja rígida, com possibilidade de transformação, já que a adolescência precisa ser considerada dentro do ponto de vista de mudanças em que “*a mocinha passará a ser mulher*” (Mancuso, 1998, p. 41).

Mancuso entende que o espaço doméstico deve ser decorado não como se fosse estático, mas imerso “*(...) na dinâmica da vida que cada dia está mais corrida, tendo que contemplar a separação de casais, filhos que decidem ir morar fora, avós que retornam ao lar dos filhos*” e diversos outros arranjos que podem aparecer (Mancuso, 1998, p. 63).

\*\*\*

A visão de conjunto proporcionada pela leitura dos manuais de etiqueta e decoração nos deixa entrever que não é possível tomar o tema do “refinamento” como um todo homogêneo, dado o amplo processo de divulgação que chega até nossos dias, que ficará ainda mais claro nos capítulos seguintes, relativos às análises das revistas e aos investimentos televisivos. O esforço retrospectivo permitiu a percepção de noções importantíssimas na compreensão da conformação das malhas do “refinamento” que perpassam o material empírico de uma maneira geral e, de forma mais prática, os cursos de etiqueta e decoração.

“Ordem”, “organização”, “governo da casa”, “disciplina”, “sofisticação” e “delicadeza” são noções que vão aparecendo gradativamente nos manuais de etiqueta e decoração associadas a encaminhamentos pautados em ideias de regulação, de hábitos repetidos de forma cotidiana e de ordem vivida pela família. Sintetizam aqui a experiência do “refinamento” edificando um *ethos*, um estilo de vida. Por conseguinte, tais nomenclaturas acionam também um tipo de feminilidade (“refinada”) que se destaca, ainda que o tema seja entrecortado principalmente por marcadores de classe, possibilitando que se perceba que etiqueta e decoração não são, especificamente, “coisas de rico”. O que se deseja destacar aqui é que há uma tônica presente nesses manuais que nos leva a caminhos analíticos justificados pelos investimentos propostos nos espaços domésticos. Esse viés fica ainda mais claro nas observações acerca das sugestões de visitas a antiquários, a fim de que se tenha conhecimento de objetos a serem “bem reconhecidos”. Tomar ciência daquilo que é considerado “refinado” é considerado “credencial de cultura”, predicado relevante do direcionamento para a elaboração de teias sociais em que as mulheres aparecem como as principais mantenedoras. Assim se elabora um repertório do “bom gosto” da casa e dos comportamentos.

Pode-se perceber que há uma orquestração entre vários elementos conferindo complexidade ao viver em “refinamento”. Ou seja, há uma linguagem que se constrói em prol de uma rede de relacionamentos pautada no prestígio e que, paulatinamente, se transforma em um idioma diferenciado e diferenciador, preponderantemente.

Não é possível desvincular as associações da etiqueta e da decoração de horizontes tipicamente femininos, já que, como vimos, histórica e socialmente, tais temas foram sendo edificados com uma pauta e o olhar atento das mulheres, seja na visão das autoras desses

manuais, seja nos sujeitos femininos praticantes de tais orientações. As malhas do refinamento vão sendo trançadas, especialmente, por mulheres nessa literatura.

Essa feminilidade não se constitui de maneira uniforme ou, como se podia esperar, como propagadoras de uma prática feminina pautada na “obediência”, “dependência” ou “fragilidade”. Há, sim, alguns momentos em que tais pressupostos são destacados nos manuais, mas em outros tantos, inclusive, há uma diferenciação entre as mulheres concentrada nas expressões dona de casa e dona da casa. Esta última personifica uma presença com poderes organizadores do lar e conclama predicados de “carinho” e “afeto” no cuidado e “bem estar” da família, alvo que se destaca como projeto de vida maior nesses compêndios. Assim, também, é relevante dizer que as mulheres autoras emergem como porta-vozes de um estar-no-mundo em transformação. Em contrapartida, até onde se pode observar, os homens - letrados, portadores de signos de distinção, por terem conquistado espaço de movimentação nas altas camadas sociais – que se destacam nessa literatura são poucos e, ainda, assim associados ao lado “glamouroso” da vida social. Envolvidos no fausto dos encontros da sociedade, experimentam, observam e fotografam a experiência do “refinamento”, mas a expõem de uma maneira que poderia ser vista como tipicamente feminilizada e que é percebida por meio de adjetivos como “comedimento”, “discrição” e “reserva”, geralmente lidos como mais femininos nesse universo.

Com relação às revistas, material que compõe o capítulo seguinte e, que também são importantíssimas no processo de reflexão aqui proposto, já não é necessário esse retrospecto histórico, pelo fato de serem analisadas pelo viés com que são utilizadas nos cursos, – por professoras e alunas. Ou seja, como “modelos” ou bússolas de “refinamento” das casas. As imagens ali dispostas atuam como estimuladoras de encaixes estéticos domésticos, que atuantes por meio da propagação de conteúdos rápidos e de fáceis visualização, “ensinam” as mulheres interessadas em “refinamento” a escaparem de determinadas armadilhas, como, por exemplo, tornar o ambiente “brega” ao invés de “sofisticado” e “bem reconhecível” diante das amigas. Por isso, nomeio esse tipo de divulgação da decoração de “pílulas” de “refinamento”, pelo seu apelo momentâneo, posto que o papel mais importante desse “treino”, fica a cargo das professoras, como veremos oportunamente.



## **Pílulas de “refinamento”: decoração em revistas**

Como publicações de fácil alcance por poderem ser resumidas em uma organização com artigos variados, porém com conteúdos abordados de forma mais instantânea, as revistas se encaixam no cotidiano das mulheres e, assim, conquistam um importante mercado consumidor. Era de se destacar que o interesse e a experiência pela leitura, que era hábito de uma elite culta e rica, conquistassem mais adeptos, o que veio a acontecer apenas em meados do século XX. Um público leitor feminino começa a se esboçar ainda nas antigas escolas para moças, e já na década de 1930 inicia-se um processo de crescimento de interesse pelas revistas confeccionadas de maneira segmentar. Constituíam-se em publicações atravessadas por marcadores de classe, geração e sexo, isto é, nichos de mercado que serviram, e continuam servindo, como meio muito eficiente de veiculação de propagandas.<sup>22</sup>

Mas de onde viria a associação desse nicho de mercado em maior consonância com as mulheres, como é o caso das revistas?

É possível dizer que na virada do século XIX para o XX alguns interesses teriam se tornado mais importantes ou teriam sido substituídos por outros, a exemplo do “luxo” pelo “conforto”, características essas buscadas na ampla conexão com temas como “moda”, “beleza” e “estética”, terrenos historicamente associados à feminilidade. Da moda teriam emergido as associações iniciais das mulheres com esses mercados como grandes consumidoras, que deixariam para trás os retratos mais reluzentes de casais na publicidade e em segundo plano os investimentos sobre homens vestidos de maneira sóbria ou neutra, envoltos nos tons de cinza e preto, atributo que é seguido até hoje como mais masculinizante, mais “sério”. (Mira, 2001). Dessa forma, é interessante compreender, por meio das observações propostas por Mira, a ideia de que o segmento das revistas evidencia uma forte associação com as mulheres, por marcarem uma “relação de confiança e intimidade” (Mira, 2001:43).

---

<sup>22</sup> Para o acompanhamento dessas questões de uma maneira mais aprofundada: Mira, Maria Celeste. O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX. São Paulo. Olho D'Água. 2001.

O objetivo aqui é destacar algumas publicações que versam especialmente sobre decoração, como forma de mergulhar mais no tema e de possibilitar a análise da maneira como essas revistas, que, mesmo atuando por meio de sugestões rápidas que podem ser tomadas aqui e ali, entre um espaço e outro nas agendas das mulheres interessadas nesses assuntos, conquistam um lugar de grande importância na constituição de um repertório — o qual desejo entender — a partir do qual se pautará as escolhas desse público. “ Refinar” a casa não me parece tarefa de pouca monta, dados os variados elementos que sua orquestração deve contemplar. A palavra relevante aqui é “modelo”. Posto que há um desejo por parecer “elegante” e mostrar o lar à sua semelhança, esse público feminino tem interesse por exemplos a serem seguidos ou não, dependendo das conformações de sua vida familiar, da conta bancária e do estilo de vida.

A relevância dessas revistas<sup>23</sup> reside no fato de ser um material de referência dos cursos de decoração, conforme ressaltai. Nesse sentido, foram selecionadas: *Casa Claudia*, *Casa & Jardim*, *Arq Art*, *Casa Mix*, *Dcasa* e *Viver bem*, por comporem, conforme foi destacado, o meio de consulta das alunas dos cursos de decoração, com o qual entraremos em contato mais adiante. Por meio da observação reiterada, pode-se evidenciar quais valores são enfatizados, estimulados e incentivados e, especialmente, entender quais elementos que sendo disponibilizados serão acionados em seus projetos domésticos. A seleção destas publicações pauta-se nas orientações oferecidas pelas consultoras. Ou seja, estes títulos são os que mais aparecem nas indicações dos cursos.

O período pesquisado varia entre 2000 e 2009, por constituir o intervalo em que tais publicações iniciaram suas distribuições, com exceção das revistas *Casa & Jardim* e *Casa Claudia*, que são mais antigas e que, respectivamente, foram editadas na década de 1950 e 1970. No entanto, não se trata de construir aqui uma retrospectiva de cunho histórico-social, mas de conceder destaque à conexão daquilo que emerge como conteúdo das propagandas e dos conteúdos alavancados nas revistas como forma de compreender o movimento de elaboração das teias do “refinamento” que se coaduna à dos cursos.

---

<sup>23</sup> Os estudos propostos por Iara Beleli (2007) acerca de propagandas é pertinente para as análises aqui propostas no sentido de ajudarem na compreensão de um universo de pesquisa que se pauta muito em imagens de “beleza” na tentativa de difusão de modelos de comportamento e de hábitos.

É importante salientar as diferenças de enfoques direcionados à decoração, visto que esta não é mais um apêndice da arquitetura, como acontecia no início do século XX. O *design* de interiores já se constitui e se legitima no rol de profissões reconhecidas, apesar de ainda ser mal visto pelos arquitetos. Ou seja, o ofício de decorador(a) é observado como complementar, substituível e englobável pela área de arquitetura. No entanto, a despeito das contendas, quem mais “reina” é a decoração, já que o interesse tem recaído amplamente sobre um público feminino, que deseja, ao invés de entender sobre “vigas”, “pés-direitos” e outros detalhes concernentes à área de construção e edificação, escolher os tapetes persas antigos que possam enfeitar o *hall* (entrada da casa), a varanda ornamentada pelo paisagismo de siclano — melhor ainda se este estiver “bem relacionado” no círculo social de camadas bem reconhecidas socioeconomicamente — o *living* e o escritório que possuem uma luminária “Arco” assinada por *Achille Castiglioni*, ou mesmo uma réplica, e por esse caminho segue a exposição dos signos a serem apresentados socialmente.

Por conseguinte, a finalidade é destacar que tipo de imaginário é disponibilizado nessas revistas, que, também como fonte impressa de observação, a exemplo dos manuais, nos ajuda a demonstrar como se consolida um interesse que se conecta ao que é mostrado pelos programas de televisão e ganha sua concretização fundamental nos cursos de decoração de interiores. O preço dos exemplares distribuídos mensalmente varia entre R\$ 8,00 e R\$ 10,00. Entre os nove títulos de publicação destacados aqui por fazerem parte da grade de indicação das consultoras, foram selecionadas imagens de ambientes como forma de representar o que seria um ambiente “bem decorado” na visão desses profissionais, para posterior indicação às alunas. A escolha das imagens não passou pelo crivo que as dividiria das mais “simples” até as mais “luxuosas” ou “sofisticadas” pelo fato de que há um ponto indiscutível nessas publicações: todas oferecem imagens de ambientes baseados na “sofisticação”, seja de materiais como “cristais”, “mármore” e “madeiras nobres”, seja de tapeçarias “finas” e paisagismo encomendado por profissionais renomados.

Dessa forma, o critério relevante que possibilitaria um outro olhar diante das imagens passa pela diferenciação entre os estilos, a fim mostrar quais representações invadem o ambiente doméstico quando o assunto é a escolha da decoração do quarto da filha ou do filho, do *living* de uma casa em que o morador é do sexo masculino ou feminino, do *living* de uma família que vive de uma maneira mais “clássica” e “tradicional”

ou de uma outra mais “descontraída” e do *living* no qual o estilo é não ter o imperativo de um único estilo e considerar-se livre para misturar vários, assim como a exaltação de um espaço na casa em que o que importa é denotar contornos da história da vida de seus moradores. Como veremos mais aprofundadamente nos capítulos posteriores, as alunas não chegam aos cursos sem um repertório cultural prévio acerca desses assuntos que vigoram em suas agendas cotidianamente, até porque um dos materiais de apoio, inclusive incentivados à leitura e observação nas aulas e que ficam à disposição delas, são as revistas de *design* de interiores.

Algo que logo se percebe ao folhear essas revistas com o olhar perscrutador é o destaque conferido a alguns nomes significativos: na pintura, Beatriz Milhazes; na moda, os estilistas Ronaldo Fraga e Isabela Capeto; na arquitetura, João Armentano e Leo Shehtman; no design, o francês considerado multidisciplinar, por já ter idealizado desde cadeiras, relógios, mouses de computadores até escovas de dente, Phillipe Starck. Todas essas indicações são importantes, pois representam algo significativo na área dos “refinamentos” e que se resume no *slogan* que pode ser encontrado nessas publicações: “*Sonhar é muito bom e está isento de imposto!*”.

Mas qual seriam a importância e o sentido de se conceder destaque a esses nomes, dentre outros que possam aparecer à medida que outros exemplares sejam observados? A ênfase concedida a tais nomes e, como veremos mais adiante, o realce conferido a outros elementos — como “revestimentos” feitos por diferentes tipos de pisos, ou seja, a escolha por determinados materiais, como cerâmica, mármore ou madeira, utensílios digitais ou não, etc.— falam sobre a constituição de um imaginário “glamouroso” e de “requinte”, que é perseguido tanto pelos consultores de decoração quanto pelos consumidores/alunas no sentido de “melhor” apresentar sua casa/seu lar.

A decoração, assim, é uma linguagem como a etiqueta o é. É um idioma de reconhecimento, de códigos e de patamares sociais aos quais se pertence ou se quer pertencer. A revista atua bastante nesse sentido, na visualização do “sonho de bem morar” a ser concretizado por grupos que almejam um pertencimento em um padrão maior que aquele ao qual estaria habituado. É um modelo utilizado pelos consultores a fim de que suas alunas e/ou eventuais clientes possam ter uma visão mais ampla do que gostariam de edificar em suas casas e se familiarizar com os preços nada módicos desse tipo de projeto.

A propaganda de eletrodomésticos vai além da utilidade nessas publicações e atua como decoração. Utensílios e equipamentos de cozinha, como as coifas, complementam a área decorativa. Ou seja, passam a embelezar um ambiente, posto que a escolha por sua versão digital, assim como os aparelhos de ar-condicionado para a casa toda, também digitais, configura um lar diferenciado.

Por outro lado, ainda que as maiores novidades em tecnologia sejam bastante bem-vindas a esses projetos decorativos, está também na agenda desses planos o incentivo a projetos que visem um manejo mais consciente da vida social e que estão na onda do que tem sido divulgado amplamente de “sustentabilidade”. Esse tipo de iniciativa é visualizado a partir da divulgação de mostras, geralmente, de objetos confeccionados por meio das artes recicláveis com materiais como jornais e plásticos, que seriam desperdiçados em aterros sanitários ou simplesmente jogados em algum terreno aleatório. A partir desses projetos tais materiais transformam-se em cortinas, lustres, cadeiras, tapetes, cestas e revestimentos, e levam a assinatura das oficinas e dos designers plásticos. Um exemplo dessas iniciativas de proteção ambiental é a *Oficina de Boraceia*, criada pelo Programa de Geração de Renda da prefeitura da cidade de São Paulo cujo objetivo é de formar oficinairos para o artesanato. O fato relevante desse destaque nas revistas é o apelo concedido pelos idealizadores àquilo que pode tornar o ambiente decorado sem prejudicar o meio ambiente. As peças que possuem um estilo mais “delicado” e artístico ganham destaque e, mais que isso, acabam conquistando espaço na publicidade, convencendo o público e, principalmente, os decoradores que vivem à caça de adereços que tornem o ambiente de seus clientes “diferenciado e requintado”. Além disso, o importante a ser percebido é que a “elegância” pode emergir, também, de materiais mais simples, mais baratos, como o jornal descartado diariamente, e que o que importa não é a conta bancária de seu possuidor, mas seu capital cultural, este sim relevante na escolha dos objetos e na elaboração de um *ethos* refinado .

## Casa Claudia



Casa Claudia, 2008

Esta é uma publicação da Eitora Abril, que mensalmente vem sendo distribuída no mercado há 32 anos. Suas reportagens têm como foco proporcionar uma visão ampla sobre o tema da decoração e sua aplicação, a fim de direcionar o público leitor e interessado no assunto a tornar seu espaço doméstico o mais “confortável”, com base em seu “bem-estar”.

As reportagens passam, também, por eventos como salões ou mostras de *design* ou por temas que margeiam um passado histórico e que podem imprimir sua marca nos aspectos decorativos, se a escolha pautar-se pelo lado mais “tradicional” ou “clássico”.

Podemos notar a partir da capa em destaque o incentivo a peças mais “tradicionais”. E o que isso quer dizer? Diz respeito a uma decoração mais neutra, sem grandes apelos a cores, e mais representada pela arte, tal como exposto nos livros de arquitetura, artes plásticas e fotografia que são empilhados sobre a mesa de centro espelhada, marca, aliás, que é muito estimulada pelas consultoras e que pode representar uma inserção naquilo que é considerado uma “tendência”, do “ser fino”, mantendo-se na moda.

A presença de artigos como “Resgate de um Brasil antigo” ou “Móveis e detalhes viajam pela decoração do século 19” revela o interesse dos editores em alargar os olhares por meio da veiculação de uma arquitetura que faz parte de um passado histórico e

cultural. Mas não é só; é também uma forma de trazer aos leitores/leitoras pitadas de ingredientes que compõem a trajetória do “bom gosto” e da “elegância”. Ser “elegante” não é apenas ter uma casa “elegante” ou “bem decorada”, mas ter condições de levar adiante uma conversa que registre uma aquisição de elementos artísticos e culturais. Isso poderia afastar o efeito raso associado ao mero ato de consumir uma cadeira ou uma luminária. É necessário, ou pelo menos desejável, para os leitores com poder aquisitivo ter uma noção mais sistêmica das esferas de “refinamento” pelas quais passeiam.

As 200 páginas, em média, que as revistas possuem são divididas entre a decoração dos diversos ambientes que compõem uma casa e o estilo do mobiliário, das tapeçarias, dos arranjos florais e do paisagismo, tudo associado a detalhes de preços que não se apresentam de maneira muito convidativa. O exemplo de uma luminária ao preço de R\$ 700,00 e de um espelho, no valor de R\$ 5.500,00, dá uma noção da forma pouco acessível a todos os bolsos com que esses ambientes são ornamentados. Além disso, uma ampla gama de serviços e propagandas de empresas especializadas também é divulgada, não deixando de ser ainda uma vitrine de objetos a serem utilizados nos variados cantos do lar.

Entretanto, nem só de materiais “luxuosos” e “dispendiosos” sobrevivem seus conteúdos e direcionamentos. Há, como vimos, um compromisso com a “sustentabilidade”, que cria espaço de divulgação para projetos que preservam a natureza, ao investirem na utilização de fibras naturais, materiais reciclados e madeiras certificadas na confecção de vasos, cachepôs, apoios de pratos e talheres. Esse é um dado que se tem tornado interessante por sua atualidade e que tem conferido à decoração outra ideia do “*chic*” e do “elegante”. A seguir, uma imagem foi selecionada para demonstrar uma escolha mais “lúdica” para a decoração.

O objetivo é mostrar que não há uma homogeneidade para a compreensão do que pode ser “sofisticado” para uma casa. No entanto, a preferência estará associada ao perfil do morador e ao texto subliminar que se deixa transmitir por meio de tais peculiaridades, revelando se as pessoas que ali vivem estarão dispostas a enfrentar tais textos.



Casa Claudia – edição especial – 2008

O importante aqui é mostrar que nem tudo na decoração se resume ao estilo “clássico”, composto de tons sóbrios e poucos enfeites, em que a escolha pela “discrição” é considerada como mais “chic”. Quanto menos “ousado” e mais “neutro”, mais “refinado” um ambiente é considerado e mais próximo está das camadas mais altas. Aqui está um *living* que poderia ser visto mais no estilo do “lúdico” e mais “descontraído”. Das cortinas ao quadro e aos estofados, o que se pode notar é uma personalidade mais preocupada com seu bem-estar do que com a busca pela consonância com quem o veria.

## Casa & Jardim



Casa & Jardim, 2007

É uma publicação da editora Globo, distribuída mensalmente, que pretende, como está registrado na sua carta de intenções, ou “missão da revista”, despertar o interesse nos leitores pela casa, transmitindo a ideia de uma revista útil, espécie de ferramenta capaz de tornar possível o sonho de qualquer pessoa de “bem morar”, difundindo tendências, movimentos do mercado de decoração, paisagismo, arquitetura e *design*, respeitando estilos individuais. A ideia é mostrar à leitora que uma casa que se apresente com jeito de vitrine de loja não se constitui como uma proposta das mais aconchegantes para a convivência, e esse destaque é interessante por se coadunar com as falas das consultoras que fazem essa advertência fortemente nos cursos. Entre as missões propostas é relevante destacar algumas para compreender, aproveitando o recorte das revistas, a partir de qual manancial as consultoras estão partindo, já que possuem um ponto comum:

\* Acreditamos em decorações que não sigam só modismos, mas que resguardem a memória e revelem o histórico do morador por meio de móveis e objetos pessoais, sejam eles heranças de família ou lembranças de viagens, criando ambientações únicas, verdadeiras e que emocionem;

\* Importantes prazeres simples da vida: colocar flores num vaso, sentir o cheirinho do bolo assando no forno, a maciez de um lençol recém-lavado, a luz natural entrando pela janela...;

\* A alegria, inclusive da casa, quebra a rotina. Por isso, incentivamos o uso de cores e de peças com design bem-humorado;

\* A renovação traz movimento não só à casa, mas também para a vida de seus moradores. Trocas simples, como de almofadas e de cores nas paredes, são sinais de recomeço”(*Casa & Jardim*, set. 2008).

A seleção de algumas das propostas da revista é significativa por associar o gosto pela decoração com aspectos afetivos familiares, tornando o lugar que é a sua casa um lar. Esse conceito de lar tem sido veiculado por meio da ideia da singularidade, dos artefatos que fazem sentido apenas na história da relação do morador com seu lar. Assim, esse passa a ser um dos grandes temas da decoração: a busca de um significado que seja único e que só depende da trajetória e da experiência de cada leitor.

Acompanhando o conteúdo de *Casa & Jardim*, é possível, não raras vezes, deparar-se com objetos de alto valor monetário, como os espelhos venezianos, que chegam a custar R\$ 5.500,00, ou com uma cadeira Luis XV “patinada”, pela bagatela de R\$ 2680,00. Para algumas alunas, o que vale é saber da existência desses objetos para que em uma roda de amigas não passem por momentos de constrangimento por não saberem do que se trataria. Isso constituiria “gafe”.

A imagem revela o que uma decoradora na revista nomeou de “parede viva”. Vejamos:



Casa & Jardim, 2008

O que está em destaque na imagem é a possibilidade de se contar a história da própria vida por meio da exposição de pratos pintados artesanalmente pela moradora, com os tamanhos e formatos variados. A “simplicidade” não é um elemento recorrente, assim como os objetos não são dispostos de forma aleatória. O que é ressaltado na parede, que não é mais uma simples parede, é o contexto e o texto de quem habita esse lar. A indução ao valor sentimental contido também em objetos herdados da família alça a decoração do simples e puro prazer de consumo ao lugar de construção de um registro familiar e afetivo.

Assim, a revista deixa de ser apenas um reservatório de modelos para se transformar em um convite de aproximação entre as pessoas.

## Arq Art

Com uma revista de divulgação bimestral, a editora Sousa & Sá, de Ribeirão Preto, atua no sentido de expor profissionais de *design* de interiores e empresas na região de Campinas, Ribeirão Preto, Franca, Bauru e São José do Rio Preto. *Arq Art* vem há nove anos abordando especialmente temas como arquitetura, arte (decoração) e paisagismo. O objetivo é projetar os profissionais que têm o trabalho divulgado na revista para outras regiões do estado e, até mesmo, para as grandes metrópoles do país. Dessa forma, a revista transforma-se em um espaço de projeção de profissionais e serviços bem menos velado do que o de outras revistas da mesma área.

Um dado que será melhor compreendido no capítulo referente aos cursos é que há que se considerar também a relevância da indicação desta revista às alunas pelo fato de elas poderem acompanhar exemplos de profissionais da área e como se concretiza o trabalho de um decorador. Mais que isso, as imagens atuam como molas propulsoras de “sonhos” a serem realizados no ambiente doméstico. A importância recai ainda sobre a possibilidade de o curso de decoração atuar como estimulador de talentos e iniciativas. Ou seja, algumas alunas, ao desenvolverem uma identificação com o assunto, acabam tendo interesse em trabalhar na área.

É interessante observar que esta publicação, ao proporcionar, também, uma visão mais geral sobre do ofício de decorador, oferece informações que retiram da área associações que a tornariam “glamourosa”. Aqui, fica bem presente a ideia de que criar e proporcionar ao cliente um ambiente “requintado” não significa que o dia a dia será envolto em “sofisticação”. Nesse momento, entra-se em contato com aquilo que há de real na profissão — ou seja, proporcionar à cliente a atmosfera de “luxo”, porém estando inserida nos bastidores da pesquisa de preços de revestimentos como pisos e suas variações em termos dos materiais: piso de madeira, mármore ou cerâmica, armários “planejados”(quais empresas), teto “rebaixado”, projetos de iluminação necessários a salas, escritórios, cozinhas e quartos. Enfim, são apresentadas as áreas de operacionalização do “refinamento”.

A publicidade emerge com muita força na sustentação de projetos femininos, mas também familiares que se condensam da seguinte forma: “Projetando o quarto do bebê”,

“Arquitetando o móvel na medida certa para sua sala”, “Esquadrias em alumínio: a melhor escolha para sua casa”, “Movelaria: a escolha por madeiras nobres e certificadas para seu lar”, etc. Dessa forma, o leitor fica informado, por meio do *marketing* direcionado pela seleção dos profissionais que possuem parceria com os decoradores, pois trabalham em sistema de ganhos percentuais, sobre as empresas mais indicadas a realizar a “perfeição” da consecução dos projetos domésticos “nos mínimos detalhes”.

A seguir, destacamos um “ambiente” de uma casa: o *living*, ou sala de estar. O apego a um passado mais “romântico” é representado por almofadas com estampas florais, assim como pela listras que revestem o sofá. Observemos:



Arq Art, 2004

A lição aqui ensinada às alunas é o direcionamento do olhar ao “retrô”, que pode ser reconhecido e associado, muitas vezes, ao tom afetivo emanado pelo ambiente, que apresenta um toque de “aconchego”, transmitido pelo conhecido. As revistas que servem de apoio aos vasinhos com flores e a dupla de castiçais apresentam um lugar no qual a preocupação não parece estar em profunda consonância com as ondas mais atuais do design de interiores, representadas por móveis modernos, cadeiras assinadas por designers renomados. Isso aqui não é necessário. A aprendizagem é outra: poder oferecer não apenas a quem mora, como também aos amigos a mensagem: “Seja bem vindo”, e essa passa a ser

também uma entrada para o refinamento. Assim, percebemos que o significado do “retrô” é também de busca de conforto para si e para os convidados, o que não deixa de demonstrar um estilo pautado em “atitude e personalidade”, corrente quase contrária às concepções que podem tornar a casa “uma vitrine de loja”.

## Casamix



Casamix, 2008

Publicada pela Mix Editores Associados, *Casamix* não deixa de estimular o olhar, assim como já foi salientado, a partir da abundância de propagandas de serviços variados desde marcenaria e pintura até objetos decorativos. A sensação que muitas vezes quer se causar é de *dejà vu*, ou seja, “este ambiente me é conhecido”, “aqui me sinto em casa, me sinto bem” e, nesse sentido, os editoriais são bastante incisivos em frisar que o estilo

“vintage”<sup>24</sup> representado pela escolha de objetos ou mobiliário não basicamente antigos mas que fazem parte apenas e tão somente das exposições de decoradores hoje, não apenas pode como deve adentrar os espaços domésticos.

O objetivo é causar uma sensação de “conforto” e “bem estar” para quem mora e para quem é recebido nesses ambientes. Por isso uma onda retrô invade os projetos decorativos de forma clara e objetos que seriam datados da década de 1940 até 1970 conquistam lugar nas ornamentações. Essa é a presença marcada pelo estilo “vintage” nas decorações. O que se quer é um resgate de momentos antigos que são resumidos e emoldurados por um objeto. Essa não é uma característica específica dessa publicação como já pudemos notar, no entanto, esta também não se furta a destacar que “precisamos de raízes e histórias para contar e lembrar”.

Este é um dado relevante a se destacar e que justifica a seleção desta publicação para a análise aqui pretendida. Se retomarmos as análises feitas sobre os manuais e guias de refinamento anteriormente apresentadas, lembraremos das ênfases que recaem sobre a “arca da vovó” como artefato que ao invés de permanecer empoeirada no sótão conquista seu espaço conferindo aconchego ao lar. Vejamos a imagem a seguir:

---

<sup>24</sup> O “vintage” ou “retro” é uma categoria nativa que vem conquistando grande importância nesse universo dos refinamentos. Vale a pena aqui estender um pouco sua apresentação pelo fato de não estar associada apenas a predicados que nomeariam um objeto de “antiguinho” já que pelo nome este deveria ter pelo menos vinte anos de uso. São peças bastante procuradas para uma ornamentação de “requinte” e datadas especialmente das décadas de 1920 a 1950. A qualidade maior inerente ao “vintage” muito presente no *design* de interiores, mas também na moda, é poder marcar uma época. Alguns consultores nomeiam essas peças como “objetos da casa da vovó” – já vistos nos manuais de decoração apresentados - que vão sendo “delicadamente” “repaginados” quando necessário a fim de compor um ambiente aconchegante, mas que acima de tudo evidencie um lastro, uma história de vida. É um critério de antiguidade utilizado com parcimônia pelo profissionais a fim de que não se resvale no “brega”, já que o que se quer é criar uma atmosfera de legitimidade e de “elegância”, mas ainda assim conquistam clientes que possuem um perfil mais “despojado” – quando o volume destes objetos é maior – mas também aqueles que desejam uma casa “refinada” e que demonstre uma personalidade forte e distintiva de seu morador. Há que se destacar nas malhas do refinamento, os detalhes e não a tônica da decoração.



(Casamix, 2008)

O “*puff*” amarelo, os quadros que demonstram uma preocupação com o “nostálgico” somados à escolha por cortinas presas por trilhos e pela cristaleira antiga, herança de família, localizada no final do “living” passam a caracterizar a escolha de seus moradores: um ambiente com “pitadas modernas” reconhecidas pela televisão de LCD que pode ser visualizada à frente do sofá, mas não deixando de conferir ao todo sua marca “retrô” e “exclusiva”.

Com essa onda “retrô” incentivada pelas revistas e, especialmente, orientada pelas consultoras às alunas, seus olhares são direcionados nas páginas dessas publicações não de maneira aleatória, mas para traços como esses que possam conferir às suas residências “personalidade” ao invés da, essa sim antiga, conforme os profissionais da área, “neutralidade”. A “neutralidade” seria a escolha por tons pastéis, brancos, beges, tudo combinando com tudo, nenhuma peça decorativa com cor vibrante, medições milimétricas, quadros bem alinhados. A ressalva é que esse também é um estilo, mas não para os decoradores, nem para o público que procura orientações sobre decoração quer “fazer a diferença” no lar.

Não deixa de ter seu interesse pensar um pouco a respeito das escolhas por decorações que possuem um lastro de história, no entanto tal proposição pode evidenciar algum tipo de conflito diante da conciliação com o refinamento. Dessa forma, modificar ou

reformatar a casa significa ter a chance e a possibilidade de transformar algo em si ou não dependendo do ambiente ou dos objetos e dos apegos a eles ou a algumas fases da vida. Assim, essa linguagem vai se edificando e as revistas – uma espécie de *fast food* do refinamento – conferem esse estímulo.

A experiência do “requite” pode ser também uma busca por enquadramentos, pelos objetos e materiais já conhecidos, o que se contraporia à exposição de um ambiente que requer uma certa dose de “personalidade” para bancá-lo. Vejamos a imagem seguinte, um *living* de um apartamento de um personagem do sexo masculino; é interessante notar suas diferenciações com a imagem que foi exposta com a abordagem da revista anterior.



(Casamix, 2008)

Nessa imagem os tons na escala dos marrons e acobreados prevalecem, poucos são os objetos; a profusão de significados não é o mote. A existência de algum traço que lembre o estilo “retrô” ou elementos que pudessem levar o observador a pensar ou rememorar momentos de um passado convidativo também não. O que chama a atenção é o tema do quadro: uma bicicleta. Objeto de gênero feminino, no contexto em que é ressaltada transforma-se em signo masculino, como boa representante de um espaço em que um homem vive.

Dessa forma, podemos perceber o quanto, por meio da observação dos interiores, pouco a pouco, se adentra o que se quer exteriorizar e o que fica é que muitos são os estereótipos viabilizados nessa área. Assim, quiseram os decoradores e esta tornou-se uma sala masculina.

## Dcasa



Dcasa, 2008

Essa é uma publicação mensal da editora Escala que iniciou sua circulação em 2007. *Dcasa* tem como principal foco ser “fonte de inspiração para os que gostam de ter a casa atual, bem organizada e decorada com bom gosto” por meio de projetos de profissionais renomados. Seu título apresenta-se de forma sugestiva: o leitor pode se considerar de casa, em ambiente seguro e aconchegante; ele é bem-vindo; pode ficar à vontade namorando as tendências para a ornamentação do lar. Esse é o convite feito às alunas: observar para colocar em prática em casa.

A chamada *Regresso à terra firme* é bem interessante: “em face de um mundo complexo, incerto e desordenado redescobre-se uma tendência a objetos que recorrem a uma autenticidade de materiais rústicos, como o couro e a madeira e ao *savoir faire*

artesanal”. Outra chamada e propaganda interessante: “o sim mais importante de sua vida!”- refere-se ao sim do casamento. Frase ilustrada pela figura de uma noiva com seu véu branco e sua grinalda portando um buquê.

Unindo-se a essa proposta a revista pode ser resumida em uma frase que a acompanha: “faça do seu lar um pedaço de você”, mas assim como outras publicações o preço desse “pedaço” para chamar de seu é tão sofisticado quanto seus modelos. Olhado assim de relance a frase pode evidenciar redundância. Pois não é não; decorar a casa faz parte de um aprendizado do “refinamento”, mas também da trajetória afetiva. As observações demonstram que essa não é tarefa fácil. Alguns alertas fazem parte da grade não apenas das revistas, mas também das consultoras no sentido de nortear o público a fim de que a casa “não se transforme em uma verdadeira loja de artigos de decoração”.

Em seu formato apresenta um diferenciador diante das outras revistas especializadas por chamar a atenção e por poder facilmente ser confundida com um livro de artes, que é também muito “bem recebido” nos ambientes que se querem “bem decorados”.

Um ponto que aqui se repete a fim de influenciar as consumidoras dessas revistas é a negação do elemento “neutralidade” que já fora apresentado. “Neutralidade” em cores e escolhas de móveis não é bem visto, especialmente, por “não apresentar a cara dos moradores”.

Antenada às mostras de decoração mundiais, em um número mais recente um artigo destaca: “Paris para todos: o salão *Maison & Objet* reuniu mais uma vez nomes tradicionais e figuras de vanguarda que vão indicar as tendências da Moda Casa 2009”. Chamada instigante, o leitor se atém ao conteúdo que é colocado como bastante interessante. A justificativa equilibra-se pautando-se na ideia de um descortinar de um mundo complexo, incerto e desorganizado; a tendência é a busca pelo regresso da terra firme, ou seja, objetos que recorram à autenticidade de materiais rústicos como couro, madeira, materiais ecológicos, que se resumiriam em um *savoir-faire* artesanal.

O que fica em relevo é a releitura dos clássicos com toques modernos em que pese o ecologicamente correto; isso seria “a tendência para o *chic*”. Todavia, esse tipo de conteúdo preenche apenas algumas páginas a despeito de todo o restante dos artigos em que o luxo e o requinte se baseiam em peças com alto valor econômico, cristais, tapeçarias persas como

em qualquer outra revista de decoração. A imagem a seguir é um exemplo típico do *living* projetado à maneira mais clássica que se puder encontrar.



Dcasa, 2008

O ambiente claro com tons monocromáticos e livre de excessos ou objetos decorativos é muitas vezes um quesito que importa na visão dos moradores de uma casa que se quer clássica e elegante. Breve parênteses: esse tipo de ambiente é um dos mais encontrados nas observações etnográficas dos cursos, pois ainda que haja todo um estímulo concatenado por revistas, televisão e cursos de decoração, as alunas portam-se com precaução no quesito ornamentação do lar, muitas vezes, por temerem comentários maldosos o que no caso a escolha pelos ambientes pautados na “neutralidade” tenderia a salva-las desse infortúnio. *Pari passu* a essa cautela nota-se um interesse pela “sofisticação sob medida”, ou seja, a decoração de muitas casas deixa entrever que não há nada aleatório; tudo é amplamente projetado mediante altas cifras, todavia, os cuidados tomados atuam no sentido de protegê-las de um possível “ridículo”. Para isso, então, total liberdade de estilo não é o tom que prepondera nesses ambientes, muito pelo contrário, já que há um “nome a zelar”; “existe uma reputação a ser protegida”, não só da consumidora como da própria família. Esse “feeling” pelo ambiente “belamente decorado” é que se aprende também nesse tipo de revista, pois é preciso alimentar-se dia a dia de modelos que as faça

aproximar do “refinamento” e para isso a consultora não estará *full time* com sua aluna ou cliente; esse torna-se, então, um paliativo.

O que está em jogo aqui é o estar em consonância; a escolha pelo “menos”, pelo menor risco de errar, pois a casa é a representação da coerência. Assim, a casa observada como supraobjeto que se busca para “bem representar” a família ou como extensão do sujeito transforma-se naquilo que é a personalidade de seu proprietário, que, na maioria das vezes, deseja utilizá-la como *link* de relacionamentos.

## Viver bem



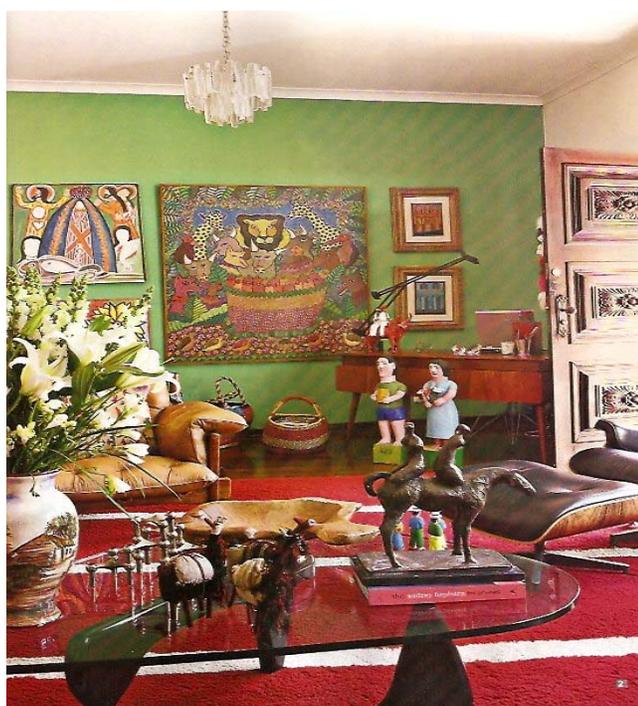
Viver bem, 2009

Além do grande mercado publicitário que envolve também essa publicação da editora Peixes no que se refere a artefatos para cozinha, enxovais cama, mesa e banho com os algodões egípcios 300 ou 600 fios, móveis para *living*, jardins e varandas e projetos de *designers* famosos, o objetivo é levar aos leitores uma grade de ideias que possam ser exequíveis em seus lares. À medida que as observações vão se consolidando, é preciso notar, as dúvidas crescem a respeito do alcance dessas revistas; os preços são bem altos.

Para entendermos essa constatação vejamos uma chamada: “vaso branco é... chique, atemporal e despojado. Ajuda a realçar a forma, o frescor e a cor de suas flores preferidas”. Consequentemente o leitor interessado na informação observa: “vaso de porcelana (fica bem até mesmo sem flores) – R\$ 120,00; vasos de vidro branco que comporta arranjos florais verticais – R\$ 180,00” (*Viver bem*, out. 2008).

É possível perceber que algumas sugestões podem permanecer mais no campo dos desejos que das realizações, dependendo do estrato socioeconômico ao qual se pertence. Assim, essas publicações acabam atuando no sentido de possibilitarem, ao menos, a visualização de um sonho por meio da observação das imagens lá existentes.

Um outro dado significativo, porém com menos força no mercado da decoração, diz respeito à ideia de dar asas aos desejos decorativos. Como já vimos, poucos têm versatilidade e coragem de morar na casa que realmente idealizam como bem decoradas e, como se poderá perceber no decorrer da etnografia, quanto maior o poder aquisitivo, menor a ousadia, quando o desejo maior é a exposição da casa onde se vive. Não é o caso da imagem que vem a seguir. O morador, que é também decorador da casa em destaque, acredita que “a alma do morador deve se sobrepôr às tendências meramente decorativas”:



Viver bem, 2008

Miscelânea harmônica ou efeito lúdico, nesse caso, o morador tem capital econômico, mas principalmente capital cultural e a preocupação do tipo “o que os outros vão dizer” não está em sua agenda de prioridades, mas sim o bem-estar de sua família e a cara dela. “Bem viver” e “bem morar” aqui são sinais de descontração, de valorização das artes nacionais em conjunção com artefatos de antiquários.

Dessa forma, a importância destas publicações reside no fato de que é necessário para a manutenção da legitimidade ou identificação pautada no e pelo “refinamento” nutrir um tipo específico de linguagem, de discurso, que é diferenciado e diferenciador, por criar uma linguagem que não apenas é comum aos interessados como também proporciona a liga necessária para que a convivência social entre os pares ocorra, já que torna-se, também, assunto nas “rodinhas”. Digo diferenciado e diferenciador por manterem em destaque um conjunto de regras que são ao mesmo tempo organizadoras e regularizadoras – esse é o viés herdado do universo da etiqueta, de modo geral – e que, informadas por aquilo que as arquitetas chamam de “estilo”, oriundo e acionado, principalmente, a partir de peças assinadas por nomes importantes das artes plásticas e do design, refletem um universo fortemente pontilhado por altas cifras. E que língua comum seria essa à qual aludem esses discursos? Um imaginário do “refinamento” que vem acoplado a determinadas regras e padrões esperados: a concretização do “sonho do casamento” é uma delas, a qual é incentivada nos cursos; e a feminilidade do tipo “cuidadora” e “atenciosa” que está associada a um estilo de vida ritualizado, ou seja, regrado, normatizado e ordenado, apesar de toda a onda de popularização que envolve a etiqueta e a decoração nos meios televisivos e que a “vendem” como “um instrumento para facilitar a vida das pessoas”. Não importa. É um saber que se pretende elitizado, por isso ritualizado. Observem-se os seus altos custos, ainda que artigos similares possam ser encontrados em lojas de comércio popular. A questão relevante, que será respondida no último capítulo, é se esses estereótipos conseguem se manter quando olhamos e escutamos, de perto, essas mulheres.

Assim, podendo ser olhadas à distância como meros catálogos de venda de produtos para uma classe média ávida, mais do que informações de “refinamento”, por modelos e experiências de “refinamento”, as revistas, fartamente nutridas pela publicidade, permitem, a partir de um ponto de vista mais amplo, a visualização de um manancial de onde sai,

também, o substrato dos conteúdos que são desenvolvidos nos cursos de etiqueta e decoração. Ou seja, sobreleva essa língua social da qual falava anteriormente, constituindo-se como fontes preciosas que abarcam elementos úteis no entendimento do que se “pratica” e do que se “aprende” nessas aulas.

A partir dos manuais e das revistas aqui analisados partimos para os programas de televisão a fim de finalizar o esforço de ressaltar, por meio desses meios de divulgação de modelos de “refinamento”, como se constitui esse manancial que serve como idioma por meio do qual algumas polaridades como homem/mulher, público/privado, rústico/sofisticado, arcaico/moderno se afirmam ao mesmo tempo em que são abaladas, no sentido de não confirmarem um universo de “refinamento” homogêneo, mas composto por tramas complexas.

## Modelos de “refinamento” que vêm da televisão

### A televisão no Brasil: apresentadores e instrutores

Na década de 1990 o mercado de “refinamento” que vinha se desenvolvendo, lentamente, nas décadas anteriores, por meio da publicação de manuais de etiqueta e por meio da divulgação de exemplos de “bem morar” em revistas especializadas, atinge seu ápice, especialmente com a participação de consultoras de etiqueta em programas televisivos como “Mais Você”, “Note e Anote” e “Mãe de gravata”.

A diferença impressa pelos programas atua por meio de conteúdos que são expostos como ferramentas catalisadoras de modelos de “bem comportar-se” e, recentemente, de “bem morar”. Isso porque os programas se utilizam de uma linguagem que atinge o público de maneira muito ágil e dinâmica conquistando o interesse muito mais facilmente que os livros que possuem uma abordagem que exigiria mais empenho e tempo para a compreensão e posterior utilização.

Ao lado das revistas, esses programas dão um salto em importância por conjugarem elementos das fontes impressas e dos cursos, conferindo, assim, a esses conteúdos uma forma concreta, além de transformar-se em um convite ao “sonho do refinamento” que estaria ao “alcance de todos”<sup>25</sup>.

Dentre os nomes mais representativos nesse cenário figuram: Gloria Kalil, Claudia Matarazzo e Fabio Arruda. Como autores de guias de comportamentos participam dos chamados programas femininos a fim de elucidarem dúvidas acerca da coerência entre os comportamentos e os eventos a serem enfrentados, a exemplo de um casamento, uma entrevista para emprego, comunicações virtuais, festas em geral etc.

---

<sup>25</sup> As análises de Maria da Graça Setton acerca das conjugações entre família e mídia são aqui importantes no sentido de explicitarem a proximidade existente entre uma socialização que vem de veículos como a televisão e aquela propagada em seio familiar. Além disso, cabe aqui destacar que as mesmas mídias, que, atuam na divulgação no universo de pesquisa destacado e que o trata também como distinção de um grupo abastado por meio dessa divulgação, se não inverte os sentidos, consegue em, alguns momentos, ao menos minimizá-los, demonstrando que este universo de pesquisa é composto por uma “rede de interdependência variada e heterogênea”. (2002:114)

Assim, o mercado de “refinamento” que vinha lentamente se estabelecendo com a publicação de manuais e as conhecidas interrupções históricas que enfrentaram, na década de 1990 teve o seu auge. É um nicho de mercado que realmente teve sua explosão, tanto que as autoras citadas conquistaram um maior espaço devido às inserções nos programas de televisão. A própria participação dessas pessoas em torno da divulgação da necessidade de refinar-se tornou-se produto mais valioso aliada às histórias de vida propagadas.

Conhecidos por uma história de vida amplamente divulgada na mídia e no imaginário, associados a uma ideia de lastro familiar pautado por um passado de inserção social e pertencimento a famílias abastadas, quando não de nobres europeus<sup>26</sup>, tais profissionais começam a fazer as primeiras aparições que os consagrariam nesse mercado nos programas de televisão, como veremos a seguir.

Gloria Kalil destacou-se com a publicação de dois livros que versavam sobre moda: *Chic: um guia básico de moda e estilo* (1997) e *Chic – homem: manual de moda e estilo* (1998). Passou a aparecer mais na mídia televisiva principalmente pelo sucesso de um de seus últimos livros, publicado em 2004, cujo título *Chic[érrimo]: moda e etiqueta em novo regime* anuncia com o superlativo o caráter e objetivo da publicação: um manual acima da média, mais completo e mais abrangente que outros guias presentes nas estantes das livrarias.

Contudo, antes de enveredarmos pelos conteúdos dos manuais, parece interessante apresentar sua trajetória: as credenciais destacadas por Gloria Kalil descendem de linha paterna, conforme apresentação do livro. Seu pai é destacado por ter mantido estreitos laços de amizade com Marcelino de Carvalho, autor de renome de guias de “boas maneiras” da década de 1960, ao qual me dediquei em tópico anterior. Essa informação tem importância já que aponta para laços sociais de pertencimento, o que a diferencia de outros autores. A respeito das experiências que a teriam moldado como “boa representante” do “refinamento” há o domínio de vários idiomas (português, francês, inglês, italiano e alemão), conquista relacionada ao período da infância, momento em que teve acesso a uma orientação educacional, como poucos, com uma preceptora de origem germânica. Profissionalmente,

---

<sup>26</sup> Para uma compreensão da importância da composição e divulgação desse imaginário de legitimidade, ver: Piscitelli, Adriana. “Jóias de família”: gênero em histórias sobre grupos empresariais brasileiro. Tese de Doutorado. Unicamp. 1999.

fez um pouco de tudo na área de moda e estilo: foi repórter da revista *Claudia*; trabalhou com tecelagem e fiação na empresa da família do ex-marido e representou a marca italiana *Fiorucci*, chegando a ter uma rede de lojas pelo país. Com o fim do negócio, transformou-se em consultora de moda e etiqueta.

Acompanhando sua trajetória percebemos como se constrói a legitimidade de Glória Kalil e, com isso, como se dá a manutenção do poder de divulgação do “refinamento”. Sem dúvida, nesse meio, é preciso e é válido ter “*pedigree*”, tanto que ela não navega sozinha nesses mares. É muito difícil encontrar, nessa área, casos de consultores que não utilizem um enredo de genealogia nobre onde atuam como filhos, netos ou bisnetos de estirpes europeias, oriundos de famílias abastadas e “requintadas”, nas quais, em tenra idade, teriam tido sua índole forjada na civilidade e “elegância”.

Debruçando-se sobre o *Chic[érrimo]* de Kalil a pergunta inicial é: como seria a etiqueta em novo regime? A autora aponta que para “os novos tempos”, ou seja, na atualidade, é imprescindível a compreensão de algumas palavras-chave: “*celebridade (fama, notabilidade), esnobismo (menosprezo), fama (reputação), hedonismo (dedicação ao prazer como estilo de vida), narcisismo (ver o mundo como espelho de si mesmo), notoriedade (importância social) e sprezzatura (atitude de quem age com naturalidade, sem demonstrar esforço, nem afobação no que faz)*” (Kalil, 2004, p. 17).

O que a autora está destacando com a pergunta: quais são os valores que ordenam as experiências sociais no século XXI? Pode-se compreender que o sujeito “chiquérrimo”, para ela, é aquele que percebe o movimento contido nas palavras-chave em destaque, mas, principalmente, que reconhece os novos códigos de civilidade pautados na observação do corpo “harmonioso” (que não esteja nem acima, nem abaixo do peso), o gosto pela cultura que pode ser expresso nos comportamentos e nas maneiras de morar e, finalmente, nas atitudes “flexíveis” no cotidiano ponderadas na relação eu-outro.

O que é interessante no manual de Kalil em comparação com outros manuais e, por isso, ele se torna diferente, são as pílulas sociológicas e filosóficas dispersas pelo texto, o que denota sua pretensão em negar-se como *apenas* mais uma na prateleira indexada por etiqueta. Entre as citações estão: o sociólogo alemão renomado Norbert Elias, o sociólogo americano Christopher Lasch e o conhecido filósofo brasileiro Renato Janine Ribeiro, todos

utilizados para a contextualização das mudanças dos patamares de constrangimentos e dos códigos sociais que hierarquizam e localizam os sujeitos.

Assim, seu manual apresenta-se com outro jeito, com uma maneira mais fluída, retrato, talvez, desse “novo tempo” que a autora quer que se revele por meio da disponibilização de uma etiqueta que não é um código fechado em si mesmo ou em círculos sociais mais abastados. Entretanto, esse mesmo momento é exposto por Kalil como contraditório por abrir demais as possibilidades e deixar as pessoas sem um norte, uma orientação, conforme afirma:

Antigamente era em volta da mesa que se aprendia a comer de boca fechada, a usar os talheres, a tomar sopa sem fazer barulho. Era também o lugar onde se discutiam os problemas da escola, as brigas com os colegas, as cenas vistas nas ruas, a roupa certa para uma festa, e todos os dilemas éticos que surgiam nos relacionamentos. Com a correria dos dias de hoje, esse ritual tão comum foi praticamente abandonado. Os fornos de microondas permitem esquentar pratinhos individuais que serão comidos em frente à tevê ou ao computador. Apesar do afeto e da impressão de proximidade, a verdade é que quase não há mais trocas de valores e de experiências. O caso é que, um dia, para grande surpresa de todos, as regras começam a fazer falta; descobrimos, em pânico, que não sabemos o que vestir e como nos portar num jantar de lugar marcado. É tempo de recuperar o prazer da civilidade – ao menos para os que teimam em acreditar que a civilização é uma necessidade e um prazer sofisticado. É tempo de um novo regime (Kalil, 2004, p. 31).

A compreensão desse trecho em consonância com as palavras-chave destacadas por Kalil que foram citadas anteriormente, dentre elas, “celebridade”, “fama”, “esnobismo”, atua como advertência e como uma sensação de falta sentida pela autora. Esse “novo tempo” é visto como perigoso, por isso, a necessidade de se retomar as rédeas dos comportamentos pela via da delimitação dos hábitos. O uso da propaganda da importância da etiqueta fica mais claro por meio dos lembretes presentes nas comparações propostas década a década a partir de 1950. Nas palavras da autora:

Anos 50: a moda era ser bem comportado. Chic era ser ‘elegante’;

Anos 60: a moda era ser revolucionário. Chic era ser rebelde;

Anos 70: a moda era ser liberado. Chic era ser experimental;

Anos 80: a moda era ser poderoso – o que já não era tão chic...;

Anos 90: a moda era ser único. O que poderia ser chic;

Anos 2000: a moda é ser celebridade, o que pode dar em vulgaridade.  
Nada chic (Kalil,2004, p. 37).

Ou seja, os anos 2000 seriam vistos como um momento histórico de ausência de freios modeladores que viriam por parte das experiências familiares, da convivência mais estreita, como se viu no fragmento anterior. O interessante a se notar é que entre a autora dos livros e a consultora que participa de programas de televisão a fim de esclarecer assuntos relacionados à etiqueta e à moda há o espaço por ela conquistado – de “famosa” e, por isso, tantas vezes quanto forem necessárias, será convidada. Das páginas de seu manual, a apresentação de sua história de vida ganha rumos bem mais velozes; é na TV que Kalil é elevada da categoria de apenas uma autora, dentre outras, sobre etiqueta, a modelo de “refinamento”; ou seria um freio modelador? Esse seria um dos poderes da televisão: fermentar ilusões criando pontes entre aquilo que se vê e o que se deseja.

Claudia Matarazzo é outro nome dentro da cena contemporânea do “refinamento”. Autora, dentre outros, de *Etiqueta sem frescura* (1995) e *Gafe não é pecado* (1996), reedita e atualiza, em 2006, *O Guia de boas maneiras* de Marcelino de Carvalho, um dos manuais de grande importância na década de 1960 ao qual fiz referência anteriormente. Matarazzo organiza o livro de forma a colocar capítulo a capítulo uma atualização sua sobre o assunto tratado por Carvalho.

A respeito dos conteúdos, nos livros publicados em 1995 e 1996, a autora debruça-se sobre a divulgação de um código de atitudes pautado nos comportamentos “mais condizentes” aos variados locais e eventos sociais, bem como as roupas “mais adequadas”, como apresentar-se como uma anfitriã (dona da casa) “agradável” e “elegante” etc. Desse modo, há uma linha de congruência entre seus manuais, não que não haja em sua última publicação uma orientação nesse sentido, mas mudanças aparecem, como a emblemática aproximação que Matarazzo faz com um ícone dos guias de comportamento da década de 1960, Marcelino de Carvalho. Em termos analíticos associar o seu próprio nome, que já tem uma sustentação não apenas familiar, mas por sua carreira como jornalista em vários veículos midiáticos do país, com o de Marcelino de Carvalho, nome conhecido do colunismo social, “famoso” também pela forma com que cobrava “elegância” das mulheres e dos homens abastados e “bem reconhecidos” naquela época, suscita indagações.

A compreensão vem em seguida: Matarazzo não se furta a contar suas lembranças de menina inserida na teia bem articulada socialmente na casa de seu tio Ciccillo Matarazzo e os animados almoços que lá aconteciam e onde Marcelino, como ela o chama intimamente, era reverenciado por seus pares. Narrar um pouco de sua trajetória social e familiar, ainda que já tenha conquistado espaço e fama, torna diferente seu manual de etiqueta dentre tantos outros organizados em tópicos que podem ser apresentados por meio de uma fórmula, já conhecida – conforme foi mostrado anteriormente com a apresentação de outros manuais aqui analisados – obsoleta e incapaz de cativar a atenção dos interessados no assunto.

Dessa forma, assim como Gloria Kalil buscou destacar e atualizar o seu manual contemplando regras endereçadas para “*homens, mulheres e celebridades, uma terceira categoria de gente, tão moderna e tão presente na vida de todos*” e se dedicar a defender regras para este último grupo, que seu guia de comportamento causa curiosidade (Kalil, 2004, p. 1), Matarazzo, dois anos depois, também lança a sua diferença, demonstrando acompanhar as transformações sociais e culturais, mas não deixando de enfeitar as, muitas vezes, sisudas regras de etiqueta, não com os “presentes de vovó”, como as autoras de decoração fizeram em seus manuais, mas com sua própria história de vida envolvida pelos rastros de titio Ciccilo deixados em sua infância; semelhança, aliás, que é coordenada aos objetivos de Gloria Kalil.

Aos meus olhos habituados às formalidades da Escola Britânica, aqueles homens e suas conversas pareciam, no mínimo, excêntricos: eram intelectuais, artistas, jornalistas, livreiros, *playboys* – naquele tempo usava-se esta expressão e o estilo de vida (Matarazzo, 2006, p. 6).

Sua história de vida vem na frente, em seguida o índice com a organização dos capítulos contemplando, dentre outros considerados bons comportamentos: “a importância do sorriso nos encontros”, “receber em casa”, “etiqueta à mesa”, “festa de casamento”, “a arte de presentear”. Entre os tópicos que chamam mais atenção, parecem mais instigantes e diferentes do tempo de Marcelino de Carvalho, estão aqueles que versam sobre transformações reconhecidas nos comportamentos, por exemplo: a referência feita à gastronomia em seu movimento atual dedicado ao *slow food versus fast food, slow sex*, aos

descasados e descasadas, aos relacionamentos afetivos e ao cultivo da juventude obrigatória.

Assim, Matarazzo demonstra reconhecer o equilíbrio entre ter lastro social e, ao mesmo tempo, comprovar, por meio da ferramenta da etiqueta, abertura para o que é atual. Distinguindo-se de Kalil, Matarazzo não privilegia, dentre as transformações culturais, uma nova “categoria de gente” – celebridade – mas vai em busca de atualizar os códigos sociais em prol de movimentos reivindicatórios que têm circulado na TV ou na internet e suscitado discussões.

O que chama a atenção é a diversidade de assuntos que Matarazzo ressalta na tentativa de demonstrar modificações nos hábitos, revelando, por consequência, sua disposição em revelar o dinamismo da etiqueta. A autora não concorda totalmente com as novidades, principalmente tecnológicas, que invadiram as cozinhas, ainda que reconheça que as novas tendências arquitetônicas reservem bastante espaço para que o amor à gastronomia, por parte dos homens, possa se destacar. Matarazzo demonstra, ainda, cumplicidade em relação às reclamações a respeito do perfil masculino antenado às artes culinárias e que, por querer demonstrar a utilidade de seus equipamentos, acaba esquecendo o mais importante, a dedicação às relações afetivas. Em suas palavras:

Estamos nos distanciando do ponto principal, que é o encontro entre duas pessoas saboreando uma refeição fantástica. O fato é que os homens estão sofrendo de uma espécie de novo-riquismo culinário. Assim, o requintado *gourmet* em que ele se transformou jamais passaria pela humilhação de pilotar um fogão como o usado pela maioria das mulheres. Fazer as poções mágicas em panelinhas com *teflon*, tão fáceis de lavar? Seria muita pobreza, se podem comprar brinquedinhos como uma *poissonnière* de cobre com interior revestido de estanho, só para fazer peixes no vapor. Não deixa de ser curioso o fato de que os moços passaram séculos longe do fogão e, no momento em que colocaram os pés naquele território, viraram todos *chefs* (Matarazzo, 2006, p. 142).

Nota-se, assim, que se busca a manutenção da etiqueta como regra organizadora dos espaços sociais por meio do “refinamento” das formas de convívio que estão, também, inseridas nas transformações dos artefatos, sejam eles decorativos, sejam de utilidade doméstica. No entanto, as atualizações passam a não ser tão bem vistas quando imprimem distanciamentos, justamente pelo caráter sedutor que desperta em seu possuidor e - às

avessas – porque o espaço da cozinha, historicamente, associado às mulheres estaria ficando mais próximo das mãos masculinas.

Temas associados ao culto da juventude também não deixaram de participar das listas direcionadas ao “refinamento”, por se tratar de um assunto de grande importância para os canais midiáticos. Matarazzo registra que Marcelino de Carvalho ficaria assustado com tantas apreensões acerca da tentativa de se afastar a experiência do envelhecimento, no entanto, a autora não escapa da necessidade de orientar quais seriam, nesse caso, as regras de etiqueta mais indicadas, se existiriam limites, ou seja, de revelar o que é ou não aceitável quando se busca a juventude eterna. Matarazzo não se furta a destacar:

“Hoje só é feio quem quer”, parecem dizer todos aqueles anúncios protagonizados pelos jovens – homens e mulheres – mais belos do mundo. A frase resume a ditadura da beleza/juventude dos tempos que correm e teria deixado Marcelino sem fôlego. Pois também fico horrorizada ao notar que, cada vez mais cedo, homens e mulheres se entregam a tudo quanto é tipo de bisturi e técnica de embelezamento na ânsia de se parecerem com alguém que admiram (Matarazzo, 2006, p. 344).

Apesar de demonstrar uma tendência em não aceitar a necessidade desenfreada pela escravidão instalada pela busca dos padrões de beleza - ainda que a etiqueta congregue o respeito por padrões de elegância e aprimoramento dos comportamentos – demonstrar que a etiqueta pode também legislar nessa área aponta uma disponibilidade de atualização, o que para a televisão é muito importante. Dessa mesma forma, Kalil revela uma lógica social, por meio da orientação das regras de etiqueta, aceitando, também, que há uma busca por um padrão corporal para homens e mulheres: “magros”, “sarados”, “bonitos”, “jovens”. Todavia, Kalil, parece incomodar-se menos com as buscas pelo *fake*, pois este seria o preço do “refinamento” contemporâneo, como podemos perceber:

O que você quer ser quando crescer?

Não acredito que ninguém em sã consciência declare com segurança: quero ser vulgar, grosseiro e cafajeste na vida! Mas acredito que alguns atributos estarão sempre na lista dos mais votados: ser jovem, ser bonito, ser rico, ser famoso, ser poderoso e, ainda por cima, ser elegante, ser bem educado, ser bom profissional, ser culto, ser atualizado, ser respeitado e, se possível, ser magro. É coisa demais para uma pessoa só? É claro que é. Mas que dá para fazer um upgrade geral da própria pessoa, dá. Dá para ir

atrás de informações para se tornar mais culto ou um profissional melhor; dá para aprender a usar a moda a seu favor; e sempre dá para ser uma pessoa mais sábia, mais charmosa, mais refinada. Uma pessoa chic. Não é isso que se quer ser na vida? (Kalil, 2004, p. 21).

A ênfase nesses valores traz a lembrança do personagem, do livro do dramaturgo italiano Luigi Pirandello *Um, nenhum e cem mil* (1920), Vitângelo Moscarda. Este, em um determinado dia comum em sua vida é questionado por sua mulher sobre seus atributos corporais, especialmente por destacar suas sobrancelhas com forma de acento circunflexo e a ponta de seu nariz com inclinação para a direita. Portanto, nenhuma perfeição o envolvia. No entanto, mal sabia ela o efeito devastador que essa conversa inocente, em sua visão, causaria em seu marido. A partir desse dia, Gegê, como ele era carinhosamente chamado, não esqueceria um só momento de se questionar e pensar sobre o que os outros realmente achavam sobre sua aparência e como ele não tinha prestado atenção a tais imperfeições contidas em seu corpo.

A década de 1990 amplamente vista nos meios de comunicação por meio da valorização da individualidade, momento da explosão dos *personal stylist*, *personal trainer* entre outros, uso de telefone celular, Internet, personaliza nos anos 2000, a grande importância que recai sobre os *reality shows*, as “celebridades”, a perda da intimidade por parte dos “famosos” e com a exposição em revistas de grande circulação e programas de televisão, a partir da importância dada ao instantâneo e momentâneo. As consultoras tentam acompanhar essa onda de preocupações transferindo aos manuais a obrigação de manter talvez sob controle, essas buscas.

Fabio Arruda em 2003 insere-se neste mercado, publicando *Sempre, às vezes, nunca: etiqueta e comportamento* e, em 2006, *Chique & Útil: como organizar e como frequentar eventos*. Sua estratégia em busca de um lugar original no rol dos manuais de etiqueta foi, não apenas desfilas as orientações mais indicadas aos variados eventos e grupos com os quais se convive, mas se utilizar de explicações históricas contidas em pequenos textos inseridos, paralelamente às orientações sobre os comportamentos sociais. Ou seja, ao invés de simplesmente ensinar aos leitores, por exemplo, que é sempre “elegante” o homem descer à frente da mulher em uma escada, Arruda mescla tais

orientações com o que ele chama de “curiosidade” acerca desse “bem comportar-se” os transportando a contextos que viveriam apenas nos livros de história:

Os homens desenvolveram esse hábito para evitar, que ao acompanhar as mulheres, cavalos e carruagens que trafegavam naquelas vias sem calçamento e em meio à lama e poças d’água deixassem seus vestidos respingados (Arruda,2003, p. 17).

A “curiosidade” desperta o desejo de saber mais a respeito, no entanto, é frustrado, pois apesar de Arruda frisar que todo o conteúdo tem um fundo de pesquisa, que todo o conteúdo que ali está fez parte de momentos bem trabalhosos, não há referências que fundamentem e direcionem quais fontes teriam permitido tais informações. Assim, o consultor mantém-se duplamente como detentor do poder do “refinamento”: primeiro quando anuncia a educação e trajetória que teria tido até tornar-se profissional gabaritado nessa área e, depois, por não conceder ao leitor as indicações para o autoaprimoramento já que não há acesso às fontes às quais formatou o manual.

A respeito da educação que seus pais teriam lhe dado, Arruda denota muito apreço e, não deixa de destacar que “*pode falar de cátedra*” sobre civilidade por ter nascido em uma família que lhe propiciou tais conhecimentos, especialmente, pela descendência alemã proveniente do lado paterno. Em suas palavras:

Nasci em família muito boa, com conforto, e até posso ser chamado de paulista quatrocentão, embora não o seja – nasci no Rio de Janeiro! E meu berço, que foi o tal do esplêndido ou de ouro – em inglês, usa-se a expressão *silver spoon fed* (‘alimentado com colher de prata’) – nada, significaria se eu não tivesse entendido que o mundo é de todos e que podemos e devemos melhorar sempre. Estudei nos melhores colégios no Brasil e no exterior – em Bridgeport, Estados Unidos (onde passei uma temporada inesquecível), e, em Madri, Espanha. Desde pequenino, ‘quando se torce o pepino’, observava minha mãe, Marlúcia Niemeyer, née (‘nascida’) Marlúcia de Azevedo Moura, pernambucana e filha de fazendeiros poderosos, cheia de requintes de comportamento, mas sempre agindo com naturalidade e respeito pelo próximo. Mamãe preparava pessoalmente a mesa de jantar para meu pai como se fosse uma noite de festa. Esse cuidado passava, além da elaboração de um *menu* variado, ainda que normalmente caseiro – meu pai, um europeu sofisticado, adorava a culinária brasileira -, pela escolha precisa da toalha e da louça (que minha mãe procurava variar), dos talheres reluzentes, das flores (por mais simples que fossem, sempre presentes). Aliás, escrevo este livro hoje

enquanto mexo em toalhas e guardanapos, arrumo mesas, escolho objetos para realizar mais um evento em minha casa. Já está no sangue (Arruda, 2006, p. 21).

A ideia do “refinamento” associada a uma formação que passa, primordialmente, pela modelagem familiar e de sangue é bastante forte nesse fragmento. É o olhar do filho que vai sendo talhado para ser “bom representante” do que é “elegante” e, especialmente, de um nome pelo qual é necessário zelar. As observações detalhadas das movimentações acerca do jantar indicam que sua visão sobre o tema associa que tais costumes estariam “naturalmente” conectados com os lugares de mãe e de esposa que se portam “elegantemente”.

A “naturalidade” conquistada pela repetição de costumes diariamente e tão cobrada pelos consultores emerge no pensamento de Arruda na cena em que sua mãe é mostrada como totalmente ambientada àquele cotidiano, àqueles costumes, conferindo um caráter intrínseco a comportamentos que foram sendo absorvidos, por ele, desde pequeno e pelos quais também pode ser reconhecido por “*estar no sangue*”, ainda que estivesse submerso às tarefas exigidas pela escrita de um livro.

Os guias de comportamentos estão subdivididos em partes direcionadas a comportamentos diferentes para homens e mulheres, correspondências, cerimônias e celebrações referentes a eventos como nascimento, batizado, bar *mitzvah*, festa de quinze anos, formatura, casamentos, aniversários, bodas entre outros, recepções em geral e sua associação com lugares à mesa, como comer etc., e dicas gerais para amizades, idas a cinema, teatro, exposições, viagens, hotéis e assim por diante. O que torna seu guia de comportamento diferente dos outros é o destaque que quase todos esses itens sofrem por meio das rápidas passadas pela história o que lhe confere um tom mais cultural.

Arruda imprime caráter descontraído ao tratar de variados assuntos por meio dos quais os conhecimentos das regras de etiqueta podem conferir seu toque harmônico e inseri-los dentro do contexto esperado, atribuindo uma forma menos séria de tratá-los, como é o caso das regras referentes ao casamento, ao vestido da noiva, aos padrinhos, à organização da festa. Todavia, os porquês de determinados rituais manterem-se de determinadas maneiras apresentados por meio das pílulas históricas, não sustentam sua

tendência em mostrar-se “elegante” pela via da absorção de conhecimento e por novos pontos de vista, ao mostrar pequena aderência a transformações sociais e culturais que podem ser espelhadas na etiqueta. Vejamos suas orientações:

Ao convidar um casal escreva: Sr. e Sra. Paulo Almeida Soares ou Paulo Almeida Soares e família. Casais que vivem juntos e não são casados dispensar Sr./Sra. (mas podem ser utilizados). Não colocar ‘e’ entre os nomes (Arruda,2003, p. 45).

Contrastando de Gloria Kalil e Claudia Matarazzo, Arruda demonstra manter-se na via dos divulgadores do olhar “clássico” sobre os comportamentos, como pudemos perceber a partir do fragmento destacado.

A seleção do assunto *casamento* é feita porque representa de maneira mais direta os valores aos quais Arruda adere e que sinalizam que dentre as comemorações, esta é, segundo a visão do autor, a mais envolta em expectativas, não só pela noiva como pela família dos noivos, por ser um momento em que duas pessoas resolvem “*unir-se para dividir suas vidas e se tornarem um só*” (Arruda,2003, p. 29).

Dessa forma, esse olhar que entende que as pessoas depois de se casarem tornar-se-ão uma só, como a ideia anterior do homem como o representante maior da família e, por isso, a justificativa de o convite de casamento ser encaminhado em seu nome congrega uma visão que parece manter uma relação com o manual de Julia Lopes de Almeida publicado em 1896. Ou seja, o manual apresenta uma organização estreitamente relacionada ao título que possui: “sempre”, “às vezes”, “nunca”, expressões bastante conhecidas nas aulas de etiqueta e que diminuem largamente a flexibilidade de costumes, pois há um imaginário muito mais forte rondando e sendo seguido. Fabio Arruda não desmonta o castelo das noivas quando almejam tornar-se esposas e que, assim, namoram, noivam e casam, seguindo todos os ritos, sociais e religiosos, além de ser um sonho também alimentado por meio de fagulhas de história entremeadas com indicações de comportamento, que transformam um costume quase em mito a ser seguido a fim de que os relacionamentos vinguem:

Até o século XVII, as noivas usavam vestidos coloridos, com pedrarias e bordados. Tons vermelhos e dourados eram os mais comuns. Mas com a Rainha Vitória da Inglaterra houve a inauguração do visual de noiva mais usado até hoje: casar de branco. Com a chegada da burguesia, o vestido branco ganhou outro significado: o da virgindade. Quanto às alianças, estas eram colocadas no dedo do meio da mão esquerda por acreditar-se que nesse dedo havia uma veia que ia direto ao coração. Nossos costumes vêm da tradição cristã e desde o século XI a troca de anéis de ouro representa a eternidade do casal, pois o círculo não tem começo nem fim (Arruda, 2003, p. 35).

Essa explicação que Arruda destaca soa quase como um caráter mítico atribuído aos rituais de matrimônio no sentido da busca pela repetição que estrutura uma determinada crença que se reproduz ano após ano. Não fosse a importância concedida ao assunto pelo público feminino interessado nos temas etiqueta e decoração, o autor não teria dedicado quarenta páginas de seu manual ao casamento.

No entanto, enxergar o destaque concedido pelo autor a esses fragmentos históricos como histórias que são repetidas - e, assim, incutidas no imaginário social - é acreditar que esses esforços conferem sentido atemporal a eventos, que instituem e mantêm, a despeito das transformações sociais e culturais, no passado, no presente e no futuro, projetos de vida.

Imbuídos desse sentido de reiteração que permeia o contato com as regras de “refinamento”, parece relevante compreender, como se deu, historicamente, a conquista de espaço e transformação dos hábitos advinda da inserção da imagem televisiva nos lares e da própria conquista de espaço pelo equipamento, como objeto distintivo de decoração.

Uma contextualização que antecede as conquistas das redes de televisão brasileira diz respeito aos primeiros aparelhos de televisão que chegaram ao Brasil em 1930 pela iniciativa da empresa alemã *Telefunken*, momento em que os hábitos foram abalados sensivelmente. No final da década de 1950, apenas 4,6% da população residente em área urbana possuía um aparelho de televisão. (Brito, 2003)

Entre 1957 e 1959 uma campanha fortíssima marcou a administração de emissoras brasileiras como a TV Excelsior e TV Tupi em prol da impulsão da venda de televisores e do mais novo empreendimento que visava lucros altos. Observar esse tipo de transformação enfrentada pela sociedade da época tem sua importância já que um duplo movimento desenhava-se: o consumo dos equipamentos televisivos e os futuros consumidores que

adviriam do sucesso das redes de televisão que iniciavam suas transmissões. Era um mercado que se mostrava, naquele momento, ainda de estruturação, já muito fecundo.

A busca pelo convencimento do público pautava-se na revolução esperada por esse tipo de transmissão: *“bater palmas e aclamar admiravelmente é louvável, mas não basta – seu apoio só será efetivo quando você adquirir um televisor! Retrata o mundo em seu lar!”* (Simões, 1986, p. 23). Como se vê, a televisão utilizada como veículo persuasivo já apresentava suas nuances.

A partir daí, a televisão passa a ser enxergada como uma poderosa fonte de transmissão de visões de mundo, ao mesmo tempo em que a aquisição de um equipamento como esse era sinal de distinção, como afirma Marilza Brito: *“ter um televisor era sinal de status e sucesso. Aqueles que dispunham de aparelhos de TV tinham sempre suas casas lotadas de visitas”* (Brito, 2003, p. 258).

Com os primeiros programas de TV que foram veiculados, principalmente, pela TV Tupi, os telespectadores foram sendo familiarizados a novos e diferentes hábitos por meio dos anúncios e o incentivo ao consumo de produtos como automóveis, brinquedos, eletrodomésticos, além de peças de mobiliário como sofás-cama (uma novidade na década de 1960) destinados, especialmente, à classe média, parcela da população que tinha condições de possuir uma televisão. A revista *O Cruzeiro* que na década de 1960 atua, fortemente, nesse tipo de publicidade, assim apresenta a televisão:



O Cruzeiro, 1960

O que se pode observar no anúncio referido anteriormente é que a televisão aparece primordialmente como objeto de decoração e como elemento propulsor de progresso. Ter uma televisão, como se vê no anúncio, é sinônimo de vanguarda, de estar à frente, de estar em posição de destaque.

*Decorama* é o modelo comercializado pela GE (*General Eletric*) de forma a poder ornamentar o ambiente, indicação que pode ser percebida pelo pequeno texto contido na imagem acima: “*Conjunto Decorama: especialmente projetado oferecendo originalidade e elegância de linhas, possibilitando a escolha do modelo que melhor se harmonize com o ambiente*”. Ter um desses modelos possibilitava reconhecimento social.

É interessante notar a diferença que a inserção da televisão ocasionou socialmente, comparativamente às possibilidades de comunicação anteriores, como os programas de rádio. O advento da televisão revolucionou de maneira tão implacável a vida das pessoas que os encontros e as conversas rotineiras entre vizinhos passaram para a sala de visitas da casa, ambiente privilegiado que passou a ter que comportar um número maior de poltronas a fim de que todos pudessem assistir, confortavelmente, os programas e as telenovelas que conquistavam sucesso.

O rádio, por sua vez, não se pode deixar de destacar, teve e tem uma importância muito grande na vida das pessoas por sua rapidez de transmissão de informações, no entanto, a televisão conferiu diferencial aos hábitos por meio da viabilização de imagens que passaram a interferir na constituição dos sonhos e das aspirações dos sujeitos.

A televisão passou a ser tão bem vista que foi se tornando objeto decorativo dada a sua novidade, ainda que a possibilidade de compra se restringisse a poucos. A revista *Casa & Jardim* no final da década de 50 propunha ambientações, no entanto, não podia faltar uma televisão no conjunto decorativo, como podemos ver:



Casa & Jardim, 1959

O ponto importante a se destacar é que a televisão, seja como objeto de desejo e de decoração, seja como meio de comunicação, não só imprimiu sua marca, como continua atuando de forma a deixar suas influências.

Nesse sentido, é interessante notar que, a empresa referida anteriormente, a *General Electric*, com a disseminação dos aparelhos eletrodomésticos, dentre outros, a televisão, sobretudo nas residências com maiores oportunidades econômico-financeiras, insistia, por meio da propaganda dos produtos na qualidade do que produzia. O investimento era tanto que até promoveu uma revista especializada - a Revista *GE*. O alvo central da publicidade, não só de televisões, como de outros eletrodomésticos, eram as mulheres, consideradas responsáveis pelas compras e pela economia do lar. Além da praticidade e da qualidade dos produtos, a empresa investia em características como beleza e conforto, aliando-se a revistas femininas especializadas bem conhecidas na época como *O Cruzeiro*, *Revista Feminina*, entre outras.

Assim, nesse universo de importância da televisão, não apenas como eletrodoméstico, mas como meio de comunicação que imprime sua marca, sobressai o

objetivo de demonstrar o espaço conquistado pelos consultores de “refinamento” que, antes do *boom* da etiqueta na década de 1990, tinham suas movimentações restritas aos livros. Descobertos pelos programas de televisão não tardaram a serem transformados em importantes ícones de “refinamento” capazes de alavancar um mercado de consumo ainda incipiente no Brasil.

Esse é um período considerado muito rico na expansão das malhas do “refinamento” que, inicialmente, tendo se debruçado sobre o alargamento do mercado da etiqueta, recentemente, tem demonstrado abertura à decoração de interiores.

No que se refere aos programas, “*Mais Você*”<sup>27</sup>, “*Note e Anote*”<sup>28</sup> e “*Mãe de Gravata*” apresentam-se como exemplos nos quais o campo dos “refinamentos” se faz presente na mídia. Contudo, selecionamos o “*Mãe de Gravata*” como mais representativo pelo perfil de seu apresentador, Ronnie Von<sup>29</sup> que possui uma trajetória pessoal e profissional que suscita reflexões relevantes a este trabalho.

Programas como “*Mais Você*” e “*Note e Anote*”, selecionados por apresentarem-se como importantes propagadores de regras de “refinamento” em comparação com outros programas, no entanto, apresentam um perfil já esperado e conhecido nesse universo: tanto apresentadores como consultores são mulheres que falam sobre o tema da etiqueta, um campo marcado, historicamente, como seara feminina. No “*Mãe de Gravata*”, apresentado por Ronnie Von o tema é personificado de maneira instigante na figura de um homem que, entende de administração do lar em suas minúcias, apresenta-se como homem de família, capaz de orientar o casal de filhos, entender do mundo feminino e do masculino sem atritar

---

<sup>27</sup> Programa exibido na Rede Globo e apresentado por Ana Maria Braga de segunda a sexta feira entre 8:00 e 9:30 desde 1999.

<sup>28</sup> Este é um programa feminino que foi exibido pela Rede Record até 2005 e teve como apresentadoras durante várias temporadas Ana Maria Braga, Catia Fonseca e Claudete Troiano.

<sup>29</sup> A fim de expressar um breve histórico pessoal, é interessantes salientar que antes de se tornar cantor na década de 1960, Ronnie Von era considerado promessa familiar como membro que se tornaria o sucessor dos negócios familiares. Na época em que seu pai era diplomata estourava o sucesso do Beatles, banda que conquistava fãs em Londres, mas também no Brasil e Ronnie Von alargava esse cordão. Sua estréia nos palcos aconteceu em uma banda cover dos Beatles composta por um grupo de amigos, que enxergaram nele a possibilidade de um vocalista. João Araújo, pai do cantor Cazuzza, que era na época diretor da gravadora Philips Polydor, assistiu uma de suas apresentações, aprovou e como ele mesmo diz : “me inventou”. É desnecessário dizer que para uma família conservadora como era a sua, sua inserção no mercado artístico gerou profunda insatisfação já que ele não teria sido criado para uma carreira “hippie” e “desregrada” como eles a nomeavam, mas para ser um fiel representante de “boa estirpe”. Cf. Entrevista concedida ao Jornal Carreira & Sucesso, maio de 2008

com nenhum deles e, conquista espaço de sucesso independente do horário em que seja transmitido, tarde ou noite. Suas credenciais foram adquiridas em um momento de reviravolta de sua vida, ou seja, percebendo-se separado de sua esposa e com a guarda de seus dois filhos, resolveu tomar conta, literalmente, da vida da família, tornando-se a “mãe de gravata”, expressão que se transformou em título de seu livro, que, aliás, teve muito sucesso em vendas e, tornando-se entrada legítima na mídia. A seguir passaremos a trechos de sua história de vida como forma de compreensão de sua inserção no mundo do “refinamento”, território fortemente associado às esferas femininas.

### **Ronnie Von e as experiências como (e no) *Mãe de Gravata***

Por ter sido sempre “bem relacionado” e por manter e cultivar sua rede de amigos, um publicitário de renome brasileiro - Washington Olivetto -, instigou *Ronnie Von* com o projeto de apresentar um programa que teria também o mesmo título de seu livro publicado em 1999. Foi assim que nasceu o programa conhecido por “*Mãe de Gravata*” que foi ao ar de segunda a sexta das 17 às 19 horas na CNT até 2001, período em que por dificuldades financeiras não pode arcar com a programação e gastos com os apresentadores. No próprio ano de 2001, Ronnie Von e outros apresentadores migraram para outras emissoras e esse programa foi para a *Rede Mulher*, onde era apresentado ao vivo com três horas de duração, contando com atrações como musicais, entrevistas com personalidades, dicas de turismo, etiqueta e saúde.

Cultivando a fama de “homem sensível”, *Ronnie Von* ao mudar de emissora, em 2005, passou a apresentar, nos mesmos moldes do antigo “*Mãe de Gravata*”, o “*Todo Seu*”, na Rede Gazeta, também em São Paulo, inicialmente, transmitido no horário matinal, e atualmente, em horário noturno. A inovação falou mais alto e, mais uma vez, agregou ao programa que já possuía um perfil mais cultural, uma marca percebida por meio dos destaques às entrevistas com pessoas famosas, enfocando as trajetórias pessoais e profissionais, agendas culturais da cidade de São Paulo, dicas e orientações gastronômicas por meio da presença de *chefs* renomados, além das pautas de etiqueta, as destinadas à decoração de ambientes.

O objetivo foi proporcionar aos telespectadores uma possibilidade de entretenimento mais “estética” e, por isso, dedicada a suscitar um estímulo a experiências de vida mais “bonitas”, “aconchegantes”, que desencadeariam o desejo pelo “belo” em quem assiste, além de aspirações a serem concretizadas nos espaços domésticos. Entre esses sonhos estariam os de aprimorar os comportamentos, por isso os consultores passariam a se encaixar como peças-chave, isto é, modelos de refinamento que abalam fronteiras por meio da televisão.

Ao lado dos profissionais do “refinamento”, Ronnie Von é figura de grande proeminência e distancia-se muito do perfil de outros apresentadores de programas femininos, como dissemos anteriormente, justamente por sua história de vida, tornando-se “preciosidade” no mercado de consumo por personificar predicados de “distinção” e “sofisticação”, não só descoberto, como incentivado pela TV. Os trechos a seguir foram extraídos da entrevista concedida em janeiro de 2003, por Ronnie Von na rede de televisão Rede Mulher, em São Paulo.

### **Um pouco mais sobre suas experiências:**

Ronnie Von, cantor e apresentador, hoje com 64 anos, reside no bairro do Morumbi em São Paulo, onde encontrou algumas similaridades com o bairro carioca onde nasceu:

Minha família no Rio morava num lugar muito parecido com o Morumbi. Hoje esse bairro em função da explosão não demográfica mas imobiliária equivocada você hoje mora em um prédio em lugares chamados de Vila Andrade, Vila Sonia, Vila Suzana, mas fala “eu moro no Morumbi”. No Morumbi é proibido fazer prédio, mas hoje tem esses prédios todos e tem que passar pelo Morumbi para chegar a eles e hoje é seguramente o maior bairro do planeta Terra porque tudo é Morumbi hoje, mas eu moro no Morumbi mesmo, aquele lugar onde só pode ter casa. Eu descobri isso quando eu vim para São Paulo, as ruas não tinham asfalto ainda e achei semelhante ao lugar onde minha família morava no Rio, no Alto da Boa Vista<sup>30</sup>.

---

<sup>30</sup> Entrevista realizada, por mim, na Rede Mulher em São Paulo em 22/01/2003.

Chegou a São Paulo na década de 1960, quando estreou num programa de televisão em 1966; voltou para o Rio de Janeiro na década seguinte para, então, retornar à capital paulista em 1986. Atualmente, sua imagem pública do cantor parece esquecida aqui no Brasil.

Minha carreira de cantor e de músico está praticamente toda fora do Brasil, aqui é mais ligada à televisão e eu sou empresário de outras áreas também como propaganda que é mais ligada a merchandising no programa e na construção civil também. Mas não gosto de nada, só gosto disso aqui, porque isso é o meu oxigênio. Eu posso até, eventualmente, não sobreviver disso aqui, mas eu não vivo sem isso.

No que se refere à vida pessoal, Ronnie Von tornou-se pai com guarda de filhos com o final de seu primeiro casamento. Passou a ter sob total responsabilidade a filha, com idade de seis para sete anos e o filho de cinco:

[os filhos]Os criei sozinho sem mãe, não tinha mulher e partir dali passei a ter um envolvimento com as coisas ditas absolutamente domésticas por uma imposição do destino. Então, compulsoriamente, eu me transformei numa dona de casa. Embora eu tivesse um *staff* muito bom, um excelente cozinheiro, uma grande copeira, um motorista bom, tudo funcionando direitinho, eu descobri que é o olho da mãe que educa o filho, que é o olho da dona de casa que faz com que tudo corra bem e aí eu acabei me envolvendo de uma forma afetiva, o que numa sociedade latino-americana machista isso pode ter algum comprometimento.

Por sugestão da editora Maltese, em 1994 Ronnie Von escreveu o livro *Mãe de Gravata* que mais tarde se tornaria um programa de televisão. Este foi um título bastante sugestivo pelo cruzamento de fronteiras que já na capa sugere: um livro falando de coisas que são normalmente destinadas às mulheres, porém escrito por um homem. Segundo o autor o sucesso nas vantajosas vendas que alcançaram onze edições pode ser reputado ao público feminino, apesar de o objetivo inicial ter sido os homens separados que viviam em situação semelhante a sua. Na visão do autor:

É um livro sobre comportamento que foi publicado em 1993/1994 que estaria normalmente relacionado à área de psicologia, mas que não era exatamente essa visão que eu tinha, eu queria apenas passar uma experiência vivencial em função de ter vivido um problema que era no mínimo diferente. E nessa época o meu subsídio era outro, não era exatamente o masculino.

Depois de ter seu casamento desfeito, Ronnie Von continuou a receber amigos em casa e, nesses eventos, percebia que os convidados separavam-se por sexo, reproduzindo dois encontros diferentes: homens conversavam com homens e mulheres com mulheres – Von acabava sentindo-se desconfortável, pois não queria falar de assuntos tipicamente masculinos:

(...) os assuntos que os meus pares, homens, poderiam ter eram negócios, política, futebol ou a capa da *Playboy*. Tudo bem, assuntos até interessantes, mas o subsídio que eu precisava na época era outro: como criar filhos, como tocar uma casa, enfim, como trocar uma receita...era nesse nível. Eu me lembro de um dia num jantar desses, os amigos lá todos juntos e conversando, de repente falaram de um gol do Corinthians que deveria ter sido anulado e depois partiram para uma capa da *Playboy*, dizendo que não havia nada mais perfeito e que perderiam a cabeça. Aí comecei dizendo que tinha uma toalha de mesa para mostrar que dava de dez a zero na fulana. Eles começaram a se entreolhar, aquela coisa...até você!... jogando água fora da bacia, hein!.

Ainda que possamos nos chocar com um senso de humor preconceituoso como esse de que foi vítima, o cantor e apresentador, nessa breve brincadeira, deixa-nos perceber o quanto algumas representações de feminilidade permanecem ainda ligadas aos cuidados com a casa e com os filhos: “Se eles soubessem que eu tinha virado especialista em *lingerie* eu apanhava”, diz ele:

Eu tinha a minha filha, que eu tinha que vestir; eu passei apuros a primeira vez que entrei numa loja de *lingerie* para comprar calcinha e sutiã para minha filha. Você imagina, eu tinha um motorista que era um misto de gorila com armário que me deixou na porta da loja dizendo que não entrava de jeito nenhum: ‘isso é coisa de bicha, é coisa de mulher, eu não entro não’, o motorista dizia. Eu preciso comprar roupa pra minha filha e

entrei, mas era uma época que havia esse preconceito ainda, e a moça que me ajudou, a balconista, viu e pensou, artista, cabeludo, perguntou se poderia me ajudar. Eu disse, pode: é que eu queria ver calcinhas e precisam ser de algodão, porque minha filha tem alergia. A moça trouxe muitas coisas e eu perguntei se não tinha nada assim mais engraçadinho, alguma coisa com bordado inglês e a resposta foi não. Quando eu olhei lá pra fora, estava lotado de gente e a moça ficou com dó de mim e me levou lá para o estoque da loja e eu fiquei lá esperando.

Além de cuidar do vestuário dos filhos, teve também que se acostumar com reunião de pais e mestres onde só havia mães e mestras, e, para melhor cuidar da saúde íntima de sua filha, chegou mesmo a se matricular em cursos de paramedicina e ginecologia. Não tardou para que seus interesses também se direcionassem para a culinária, arrumação de casa, arranjo floral, cama, mesa e banho e moda. Essa peculiaridade despertou interesse das emissoras de televisão.

(...) Eu dizia: me mostre a renda, o bordado, que você quiser que eu digo qual é. Passei a gostar disso e tive coragem de escrever o meu livro, esse livro foi parar na mão de muita gente até o mais festejado publicitário brasileiro que é esse amigo meu que me convidou um dia pra um almoço. Nós fomos almoçar, ele a mulher dele, eu e a minha. Eu estava trabalhando na Record nessa época (1993/94) no programa *Sinal de Vida* das 21h às 23h, semanal, ao vivo. Era um programa de variedades, show, aí ele chega e diz, a idéia que eu tenho é a seguinte: li seu livro e tem um nicho que só você vai poder preencher, só você vai poder fazer isso. Acorda cara, se você fosse uma bichona estaria óbvio, mas não é, você é um homem, tem cabeça feminina e isso não existe, você tem que fazer esse programa porque só eu levo pra lá 5 cotas de patrocínio, não levaria pra um programa da Globo de alto nível de grande sucesso. Eu falei: esse cara está louco, eu vou levar ele pra casa, ele começou a beber eu falei pra ele: já está embriagado e aí eu vi que era sério, ele insistia e aí percebi que era uma sacada; achei interessante.

O referido empresário [Washington Olivetto], segundo Ronnie Von, era uma pessoa extremamente “elegante”, e realmente acreditava que um programa levado ao ar com um homem falando desses assuntos podia ser uma ideia interessante: “*Só você pode fazer esse programa feminino, sabe tudo de cama mesa e banho, como criar filho, pedagogia,*

*puericultura, sabe tudo do universo feminino, você vai poder fazer um programa impecável só que tem que ser à tarde”.*

Em pouco tempo, o superintendente comercial do SBT ficou sabendo dessas qualidades e fez um convite formal para que Ronnie Von se tornasse apresentador de um programa voltado para os cuidados com a casa e da família. Mais tarde, Jonny Saad, da Bandeirantes, o convidou para estreiar nessa emissora um programa.

(...) lá, gravei piloto e aí vem outra história porque eles trocam muito de diretor. Não deu certo, ficou nesse chove não molha até que um dia um amigo meu que tem uma rede de televisão também foi jantar lá em casa me perguntou do projeto e convidou para fazermos juntos e aí nasceu o *Mãe de Gravata* em 1999 na CNT e depois aqui na Rede Mulher.

Ronnie Von utiliza-se de frases que o aproximam do universo feminino com alguma autoridade - *Minha criança, pára com essa bobagem de querer se vestir para outra mulher, porque vocês mulheres não se vestem para os homens, vocês competem umas com as outras e moda é moda. Porque que tem que ter aquilo que está na moda? Porque quem determinou isso foi sua amiga, foi sua vizinha – e, em muitos momentos, emite opiniões sobre o que é etiqueta, quando e de que forma ela deve ser empregada:*

Etiqueta é uma coisa que te permite só facilitar sua vida, quando você faz uma *misanplacet* numa mesa você dispõe dos pratos e do faqueiro. Nenhuma disposição de um prato ou de um talher está ali porque é bonitinho ou porque a etiqueta mandou. A faca está do lado direito porque a maioria das pessoas é destra, pega o garfo com a mão esquerda, espeta e corta com a mão direita e depois se você quiser você troca de mão para comer, mas aquilo existe para te facilitar a vida. A roupa que você deve vestir, porque existe smoking, por exemplo, para que todos os homens não se sobressaíam, para que todos fiquem iguais e isso é etiqueta; isso é uma coisa de educação.

Para Ronnie Von, a etiqueta é uma consequência “natural” de quem teve uma “boa educação”:

(...) você faz aquilo com absoluta naturalidade, você tem habitualidade. Você [referindo-se a mim] jamais vai levantar a sua mão para abrir aquela maçaneta de porta ali, porque o meu filho não vai deixar, porque ele acha um absurdo que uma mulher faça isso. Aí vai dizer: oh, conhece etiqueta, não! É porque ele faz isso desde pequeno e eu passei para ele de uma forma natural, não foi forçado. (...) Eu não quero dizer que a pessoa que não tenha recursos financeiros na família que não tenha *savoir faire*, não sabe o que é etiqueta, é educação e uma coisa nada tem a ver com outra.

Para o cantor e apresentador, educação e inteligência confundem e etiqueta existe para facilitar a vida:

(...) é uma conseqüência daquilo que é chamado de educação ou a própria elegância vem a partir disso. (...) Etiqueta não é saber como fazer, é você sentir que é daquele jeito que deve ser feito. O que é etiqueta? O que é educação? É você não fazer o seu semelhante sofrer.

Ronnie Von acredita que, por vivermos em sociedade, devemos saber nos relacionar bem; que exista certa relação de conforto entre uma pessoa e outra; e é necessário fazer com que no mínimo não se constanjam ou que não sofram:

(...) isso é uma boa maneira, isso é etiqueta. Aquela questão da mesa é só para te facilitar, você tem um código, isso já te facilita. Você não tem que ficar cada hora fazendo uma coisa diferente. Se existe uma situação você tem que se adequar e se você tem bom senso você consegue isso, independente de qualquer manual, de qualquer curso.

A pauta do programa *Mãe de Gravata* é de sua responsabilidade, a exceção das dicas de programação que intercalam as pautas.

(...) Eu acho que as pessoas sentem muita vontade de saber. O homem se brutaliza por um lado, mas ao mesmo tempo ele quer se sociabilizar pelo outro, ele quer ficar em ordem por um outro lado até para estabelecer um diferencial nessa maluquice que a gente vê. Nada é frescura, são coisas feitas para você ter a sua vida facilitada; eu vou repetir isso até a exaustão.

Ronnie crê também que as pessoas gostam desse conteúdo por ser um contraponto do que ele acredita ser a banalização da educação:

Tem certas coisas que não se deve falar em etiqueta, mas eu estudo enologia há muitos anos. Então falar de vinho, de enologia é uma coisa que é só para quem quer conhecer. Existe um modo certo de se pegar um copo de vinho, existe um modo certo de você colocar o copo na mesa, faz parte da enologia, mas se confunde com a etiqueta, se confunde com a educação, é tudo uma coisa só, é quase uma coisa única. As pessoas pegam o copo no meio dele e não entendem porque tem aquele pezinho fino, que é pra você pegar naquele pezinho fino e não esquentar um vinho que é gelado com a mão, e também o que não vai ao gelo, então você vai aquecer o vinho, não existe isso, só com o conhaque que você vai fazer isso. Então no programa tem dicas sobre como montar uma mesa muito bonita com coisas muito baratinhas, dicas sobre trabalho etc.

A respeito do público espectador, Ronnie Von faz afirmações ancorado nas próprias pesquisas da emissora: seriam 72% de mulheres para 28% de homens:

A mulher viveu séculos de repressão e de repente ela tem o poder na mão e ela cresce. 40% hoje das cabeças de família são mulheres e o horário do programa no período da tarde é um horário tipicamente feminino; a mulher já é o meu público alvo, ela está assistindo, é o que ela tem interesse de ouvir. A ascensão social dela inclusive hoje é muito maior; ela quer aprender e as regras são muito simples, porque são regras apenas para facilitar a vida. O pessoal acha que etiqueta é uma frescura, não é, pelo contrário, é para simplificar sua vida.

O público que assiste ao seu programa lhe encaminha correspondências pedindo sugestões de comportamento: como se comportar num jantar de família com o chefe da empresa, o que presentear alguém, quando levar flores etc. Os consultores convidados, por sua vez, já faziam esse tipo de trabalho em outras emissoras, como a CNT. Dentre esses, cita sua cunhada, que havia feito curso de história da arte em Florença – “(...) *ela é italiana*

*e ela se informava, lia revistas, ou livros ou internet e descobria todo mundo que tinha curso de etiqueta e levava.”* Ronnie Von também comenta sobre Ana Maria Rizzo:

(...) ela se especializou em uma coisa- ela monta uma mesa que você cai duro para trás só com coisas de R\$ 1,99. Já viu as mesas que ela monta aqui no programa? É argentina. O argentino não tem meio termo: ou é muito elegante ou é cafajeste total e ela tem essa coisa, *savoir faire*; ensina tudo pra gente.

Além de Rizzo, o programa de Ronnie Von leva outras consultoras, tais como Sonia Zorzi, que prioriza em suas apresentações ao público o ensino de etiqueta para as pessoas que querem conseguir um emprego. *“Na verdade se você segue pequenas regrinhas, está tudo certo, não tem como errar”*.

Sobre o entrelaçamento da vida de cantor, apresentador e sua vida pessoal, Ronnie Von afirma que o segredo de seu casamento com sua atual esposa se deve ao fato de os dois terem o mesmo código de educação, não, de etiqueta:

Ela [a esposa] dá aula de etiqueta![ele quer dizer que ela sabe tudo sobre o assunto] Ou seja, a vira de lençol que ela faz é a que eu faço, o arranjo floral que ela faz é o que eu gosto de fazer, ninguém é mais educado ou menos educado, tem que ter o mesmo código. Se você na Arábia acabou o almoço e não arrotar você é um grosso; na Inglaterra você vai preso. Se você vai ao Alasca e não aceita de presente a mulher do esquimó você não tem nenhuma educação, aqui no Brasil dá assassinato. O código de educação tem que ser o mesmo se não nenhuma relação dura: nem casamento, nem amizade.

Ronnie Von encerra a entrevista reafirmando que etiqueta em verdade, é um comportamento e não a disposição das coisas em si... *“(...) a tônica é dada pelo comportamento”*.

A inserção de *Ronnie Von* nas malhas do “refinamento” e o alastramento da etiqueta na mídia tornam ainda mais instigantes as reflexões, especialmente relacionadas ao gênero e à classe social considerada mais legítima no terreno dos “refinamentos”.

É interessante notar que do ponto de vista de gênero, Ronnie Von não mostra qualquer constrangimento em relação à sua inserção no tema dos “refinamentos”, muito pelo contrário, até demonstra muito “jogo de cintura” em momentos contundentes em que sua sexualidade é colocada em dúvida, pelo fato de estar afeito a searas que estariam, segundo a visão de seus amigos, mais associadas ao mundo feminino.

Ser um homem “fino” para ele é ter noções sobre assuntos pautados em “requite” e o fato de tais assuntos serem associados ao universo feminino não é importante para ele. No entanto, esse mesmo predicado é visto pelos setores de marketing televisivos como estratégia de inserção em um nicho de mercado fabuloso, no qual, a maioria dos homens, assustados com a possibilidade de abalo de sua masculinidade, não se atreveriam.

O interessante nesta história é que a “mãe de gravata” é uma figura que, na verdade, está além dos enclausuramentos femininos ou masculinos por pretender-se “elegante”. Sua intenção não é oferecer sugestões ou aconchego aos homens e às mulheres que o assistem. Contudo, não se perde de vista que é uma conjugação polêmica, que causa controvérsias, dadas as preocupações, de fundo coletivo, em alocar os sujeitos em chaves femininas ou masculinas e, assim, então, dar continuidade ao senso comum que associa etiqueta e decoração a “coisas de mulher”. “Mãe de gravata” é uma nomenclatura que questiona e parodia as buscas por um solo seguro e rígido.

No entanto, quando suas associações aproximam-se de classificações em que se pesem as inserções sociais, as malhas do “refinamento” não são tão “flexíveis” assim, já que algumas “credenciais” são cobradas. Neste ponto, ensejam-se e ficam à mostra diferenciações que dão conta da importância de “ver”, “estar perto”, o mais que puder, de “modelos de refinamento” que possuem uma biografia, na maioria das vezes, descrita e inserida em teias de “boa procedência” e de “boa educação”.

Assim, os consultores de etiqueta conquistam espaço nos programas televisivos e ajudam, apesar de divulgarem o contrário, a manter um imaginário “ilustre” que dá lastro à etiqueta e à decoração. Os livros, as revistas e os programas de televisão auxiliam na aquisição de um *ethos* “refinado” do qual se alimentam os discursos das professoras nos cursos. Por isso toda a legenda e a mística utilizadas nesses espaços de “refinamento” de si e das casas, pautadas em códigos de “tradição”, “ascendência” e no “encanto” que vem dos “belos” mobiliários, utilizados com “parcimônia”, “bom gosto”.



### **Espaços de refinamento (de si e da casa)**

“Olá, como vão meninas? [esse é, geralmente, o cumprimento que a professora dá às alunas, acompanhado de um beijinho e uma conversa informal antes de começar a aula, enquanto aguarda a chegada do restante das alunas. As alunas sentam-se no sofá da sala de sua casa para ter a aula de etiqueta]. [...]Vamos começar nossa aula pelo tópico referente às correspondências e chegaremos até a etiqueta à mesa e alguns toques para deixar a casa bem bonita e agradável para nós e para nossos amigos. [em seguida, as alunas anotam atentamente todas as orientações passadas pela professora]”. (observação feita no curso da consultora A.M.R., oferecido em São Paulo, em agosto de 2002)

“[...]Não tem como falar de decoração sem falar em etiqueta. O objetivo é que você receba bem quem chega na sua casa. Além disso, o mais importante é viver bem dentro da sua casa com a sua família, com seu marido, orientá-lo a saber se comportar e fazendo o mesmo com os filhos. Antigamente, até a década de 60, quem ensinava etiqueta para o filho era a mãe. Hoje, a coisa se perdeu um pouco, e as mulheres vêm aqui fazer o curso para recuperar isso e ensinar os filhos e os maridos”. (trecho de entrevista com a professora M.P.M. do curso de decoração em Campinas, em maio de 2007)

Diferentemente do imaginário social ou concepções baseadas no senso comum, as alunas e alunos que escolhem esse tipo de aprendizagem não passarão pelo teste de equilibrar livros na cabeça para provarem que caminham “elegantemente”, nem sairão com o mapa de como posicionar cadeiras, mesas, sofás e tapetes de forma tão simples. Esses assuntos mostram-se ao olhar detalhista bem mais complexos e instigantes, e nada melhor do que explicitá-los a partir das observações e dos encontros com o público e os professores, a fim de expor elementos para uma compreensão mais ampla acerca do “refinamento” de si e da casa na qual se mora, as expectativas, os conflitos e os direcionamentos definidos pelos consultores.

Os excertos acima nos convidam a pensar não apenas sobre a área de atuação em que o público envolvido é composto basicamente por mulheres, como também como tais figuras femininas – professoras e alunas - ali inseridas transformam-se nas mais diretas responsáveis pela formação de um *ethos*<sup>31</sup> refinado. Isso quer dizer que não há um público masculino interessado em aprender nem etiqueta nem decoração? Não. Há homens interessados nesses temas, mas ainda condensam uma amostragem pouco significativa. Ou seja, os professores existem em número diminuto, mas as professoras atuam de forma muito mais legítima e convincente nesses temas. E, no que tange aos alunos, suas justificativas demonstram ainda uma participação presa a estereótipos de que “refinar-se ou tornar-se elegante ou cuidar de detalhes decorativos da casa” seriam predicados tipicamente femininos. Mas de onde viriam esses estereótipos?

A resposta vem do diálogo com as fontes impressas e televisivas destacadas nos três primeiros capítulos desta tese. Por isso a proposta inicial deste trabalho de expor as fontes escritas (manuais de etiqueta e de decoração e as revistas) aliadas aos programas de televisão que servem de molas propulsoras de um imaginário social sobre o “refinamento”. Ainda que não apareça de forma homogeneizante, ambos são fortemente direcionados aos cuidados das mulheres, porém não de maneira a transformá-las em vítimas dessas engrenagens.

A história sócio-cultural do morar e do “bem comportar-se” recuperada anteriormente procurou demonstrar o quanto as figuras femininas de outrora puderam tomar contato com as artimanhas do refinamento por meio de suas “melhores amigas”: os livros e as revistas, e, mais tarde, por meio dos programas de televisão. Atualmente, tanto consultoras quanto alunas nutrem suas expectativas e encaminhamentos nessas áreas amparadas pelas revistas e livros vulgarmente conhecidos como femininos, e

---

<sup>31</sup> Estou enfocando *ethos* aqui à maneira de Clifford Geertz (1989:153), ou seja, por meio de uma relação muito próxima entre “sentimento” e “significado”, e que constitui uma experiência que leva em consideração “uma ênfase moral quanto aos trajes, fala e gestos particulares, sensibilidade refinada a pequenas mudanças do estado emocional, tanto de si como dos outros e uma predicabilidade de comportamento estável e altamente regularizada”. Tais elementos levam a refletir acerca de um estilo de vida que é não apenas aprovado como nutrido dia após dia por meio de uma prática que visa à civilidade e, especialmente, ao aprimoramento dos comportamentos. É refinando, externa e internamente, os hábitos e os gostos, por meio da repetição de discursos que tem como base a “elegância”, que o “bem refinar” a si e aos ambientes se consolida.

especialmente, pelos cursos de etiqueta e decoração, espaços de manutenção por excelência das questões do “refinamento”.

O que as fontes impressas, televisivas e, posteriormente, os cursos (veremos como eles se tornam conhecidos) fazem é renovar frequentemente o convite para a experiência e a vivência do refinamento a partir da figura da consultora.

Outro ponto que destacamos nos fragmentos selecionados para abrir o capítulo é que eles partem de duas fontes: um curso de etiqueta e outro de decoração. A intenção dessas escolhas foi trazer à tona dois universos que possibilitassem uma leitura interconectada e complementar sobre o campo dos “refinamentos”, mapeando possibilidades de reflexão. O mais interessante da observação nesses dois universos — dos cuidados de si e os da casa — foi poder perceber o quanto ainda é difícil, para os interessados nestes assuntos, admitir e assumir a necessidade/desejo de um polimento dos próprios hábitos em comparação com a busca por “bem decorar” a casa. Decorar a casa descortina uma melhoria de vida, um ganho, mas transformar a si mesmo denota uma falta.

Assim, apresentar compreensões mais profundas e sensíveis que envolvem o terreno dos “refinamentos” sob o prisma dos cursos de etiqueta e decoração significa adentrar espaços reveladores de uma forte presença feminina, singularidade essa já visualizada nas fontes impressas e televisivas aqui apresentadas e que nos possibilita estar em contato com a maneira como a difusão desses temas é feita.

Passemos às experiências no terreno dos refinamentos que foram selecionadas, dentre outras, por congregarem elementos ricos em possibilidades de análise e, especialmente, por nos ajudarem a perceber a diferença entre vivenciar um curso de etiqueta e um curso de decoração e as possíveis diferenças inerentes aos preços pagos e às localizações destes.

Utilizo experiências realizadas em duas cidades distintas: Campinas, considerada metrópole regional localizada no interior do estado de São Paulo; e outra na Capital, São Paulo. O que está em questão aqui é observar e demonstrar como os conteúdos se constroem de maneira semelhante nesses cursos, já que o *modus operandi* do público interessado (classe media alta) nesses temas independe das localizações geográficas.

### **...nas aulas de A. M. R.<sup>32</sup>: “refinamento” de si (e da casa)**

Em uma das manhãs de terça-feira de abril de 2001, A.M.R., a professora de quem eu havia, inicialmente, tomado conhecimento a partir de um anúncio de fim de semana na revista do jornal *Folha de S. Paulo* e que, mais tarde, se tornaria mais conhecida por suas participações no programa *Mãe de Gravata*, levado ao ar pela Rede Gazeta, me recebeu em seu apartamento de alto padrão, no bairro Jardim Europa, em São Paulo.

A entrevista aconteceu na sala de sua casa, na segunda semana de aulas de etiqueta que eu havia acompanhado ao lado de outras alunas. Munida de um questionário aberto, composto por perguntas que englobavam perfil profissional, história de vida, indagações acerca de como teria sido sua aproximação com a área dos “refinamentos”, eu buscava compreender, naquele momento, de que maneira Rizzo estaria conquistando seu lugar e a legitimidade de consultora de etiqueta em São Paulo e quem seria o público interessado.

A.M.R. me conta, calmamente — posso até hoje lembrar o tom de voz utilizado por ela — que teve uma educação muito rígida na Argentina: *“Eu era pequenininha ainda quando minha mãe colocou pela primeira vez o garfinho na minha mão de maneira correta, e é tudo o que faço até hoje. Eu era criança, queria brincar, mas minha mãe era rígida. Então, eu tive que aprender desde cedo a ser educada, a usar o telefone e agradecer um presente recebido. Tinha que agir quase como gente grande”*.

O pai dela teria nascido no século XIX na ilha de Rodes, no mar Egeu, marco de várias invasões, e sua mãe, no início do XX, na Argentina. Com o evento da guerra, seu pai teria fugido para a Argentina. Assim que a consultora me apresentou esse contexto de vida diferente, que me chamou a atenção especialmente pela fabulação do lado paterno e, por consequência, pelo inesperado da descrição, logo questionei a que tal informação aludiria. A genealogia apresentada, ao mesmo tempo em que cria uma ideia de lastro, de alguém com uma conformação familiar distinta das demais, tenta construir uma ideia de legitimidade a partir de conhecimentos refinados bem antigos. É um dado bem interessante, pois a professora não apresenta seu pai simplesmente como um grego. Ela vai além, na

---

<sup>32</sup> Os cursos A.M.R. possuem uma programação que se estende durante a semana de segunda a sexta-feira, no período da manhã, geralmente, com duração de duas a três horas diárias, com um preço que variável entre 50% e 100% do salário mínimo vigente.

busca de concretização de um desejo de manter algo que seria um antepassado e a honra de um local onde a atração turística são os templos gregos; ou seja, algo muito longínquo.

A conformação familiar proposta guarda uma forte semelhança com as histórias de outras consultoras que “vendem” suas imagens também como oriundas de famílias nobres ou pertencentes a linhagens principescas.

Assim, A.M.R., hoje com 58 anos, segue uma vida comum, obtém seu diploma universitário em Publicidade, ainda na Argentina, mas encontra seu lugar ensinando etiqueta há vinte anos, justificando que esta seria a atividade na qual encontraria sua realização. Residindo no bairro Jardim Europa, em São Paulo, em um condomínio de edifícios que possui dois apartamentos por andar, passou a dar aulas na sala da própria casa, na qual, ao entrarmos, podemos observar uma decoração composta por tapetes persas, vasos chineses, cristaleira com louças, cristais e talheres de prata, pequenos enfeites de mesa, a maioria herança familiar.

É na região dos Jardins, localização de moradias paulistanas consideradas “*chics*”, que se insere o reduto do refinamento de A.M.R. O entorno composto por lojas de comércio de decoração, de roupas femininas de grifes, de bares frequentados por “gente bonita e sofisticada”, resume uma movimentação social, que denota uma clientela “diferenciada”, que demonstra estar muito afeita a gastar altas cifras na aquisição de seus produtos. A escolha pelo “bom gosto” e pela imponência conquistada pelo bairro conjuga-se à possibilidade de frequência a restaurantes renomados, que ganham a assinatura de conhecidos *chefs* de cozinha e que contam com o esperado serviço de manobristas. É no “quadrilátero dourado da cidade onde circulam pessoas ricas, bonitas e elegantes”<sup>33</sup> que se destacam as aulas de “boas maneiras” da argentina Ana Rizzo. Ladeada por vitrines requintadas, expostas em ruas famosas, como Haddock Lobo e Oscar Freire, A.M.R. orienta, com “simplicidade” – se é que é possível pensar dessa forma naquela região da cidade onde altas cifras circulam, desde a parada para um cafezinho até um restaurante – pequenas compras de objetos minimalistas, que em época de promoção podem imprimir nas casas um toque de delicadeza. Muitas vezes, ela ensina que o “bom gosto”, quando bem praticado, pode auxiliar nas compras que podem ser feitas em lojas que vendem produtos

---

<sup>33</sup> Essa é uma nomeação dada pelo jornalista Augusto Nunes, da revista *Veja São Paulo*, em 2006, e engloba: a Avenida Paulista, Rua Estados Unidos, Avenida 9 de Julho e Avenida Rebouças.

de consumo popular localizadas em ruas de franco comércio, como a 25 de Março, na região central da cidade. É de se notar que as alunas se entreolham quando a direção é dada por uma loja de comércio massivo, resumido por um empurra-empurra de pessoas se acotovelando, especialmente em épocas do ano próximas a datas comemorativas, como Natal e Páscoa. Entranhada na parte central da cidade, cartão postal não muito bem vindo a esse tipo de público interessado em polidez, as lojas da 25, como informalmente se diz, não causam muito estímulo às alunas, que acabam escolhendo mesmo contratar A.M.R. para uma consultoria em suas próprias casas, já que não se sentem aptas a expressar o “bom gosto”, marca registrada da professora. Um detalhe importante é que muitas alunas solicitam seus serviços a fim de que ela reproduza em suas casas aquilo que veem na casa da professora.

Durante as aulas, sua casa é arrumada para simular o procedimento adequado quanto à decoração de mesa, dos próprios objetos que se tem e que podem ter sua função transformada no caso de uma festa ou, mesmo, para agradar a família no cotidiano. Ou seja, um copo nunca é apenas um copo, mas pode transformar-se em um pequeno vaso com flores “delicadas”.

As aulas — que são acompanhadas majoritariamente por alunas<sup>34</sup> — impressionam pelo “refinamento” dos objetos e arranjos decorativos, que lembram ambientes que podem ser vistos em páginas de revistas de decoração cujos exemplos podem ser acompanhados na primeira parte do trabalho.

A “sofisticação” da arrumação da casa, somada ao comportamento da professora, provoca uma sensação de “deslumbramento” nas alunas, que ficam fascinadas com o que estão vendo. Essa não é apenas uma percepção, mas se consolida por meio das interjeições e comentários feitos durante as aulas e nos intervalos. A.M.R. se apresenta de forma “elegante e discreta” para as aulas. Usando maquiagem leve, roupas e acessórios com estilo mais clássico como calças e sapatos sociais em tom pastel, personifica a imagem que já era esperada pelas alunas. Sempre com um tom de voz tranquilo, nem muito alto e nem muito baixo, a professora apresenta as noções de “etiqueta social” referentes a assuntos e comportamentos em eventos, postura à mesa, uso adequado de talheres, comportamento no

---

<sup>34</sup> É importante salientar, conforme afirmou A.M.R. em entrevista, que as aulas para homens são feitas separadamente, pelo fato de os alunos sentirem certa vergonha em se exporem para o público feminino.

trabalho e cores adequadas ao tom de pele no que se refere a roupas e maquiagem. Aliás, no que se refere à etiqueta à mesa, a professora é bastante rigorosa. Rizzo ensina as alunas de forma prática nas aulas, ou seja, diante do alimento a ser consumido, e cobra que o treino deve ser continuado em casa. “*Será que vou conseguir fazer isso sozinha?*”, verbalizam as alunas durante o exercício de utilizar a mão esquerda para manusear o garfo.

As técnicas, que abarcam desde o local correto de posicionar os talheres na mesa, a mão correta para manuseá-los, a postura corporal, o domínio da situação pela anfitriã para dar início à refeição, a atenção quanto aos assuntos a serem abordados à mesa e os enfeites/arranjos, “enchem os olhos das alunas que vivem este momento”. “Você viu como elas saíram felizes daqui? As pessoas adoram ver aquilo que é bonito!”, A.M.R. afirma após a saída das outras alunas.

O tema que envolve a mesa — tanto os comportamentos quanto a decoração — é o mais enfaticamente recoberto por orientações direcionadas à dona da casa. É um discurso repetido reiteradamente, pois é a elas – as donas da casa –, e a ninguém mais, que caberia a responsabilidade em tornar o ambiente “agradável” e “bem ornamentado”.



(sala de jantar da casa de A.M.R.)

A exemplo do que pudemos acompanhar nos manuais de etiqueta abordados nos capítulos anteriores, esta imagem nos oferece a prática de conteúdos destinados a um público de camadas elevadas da população. Mais do que o diferencial sócioeconômico aqui visualizado pelo lustre de cristais, os quadros naturezamorta emoldurados classicamente, as cadeiras revestidas por um tecido “nobre”, o tapete persa antigo, esta sala de jantar expõe um número razoável de signos de “poder”, de “reconhecimento” e de “inserção social”. Por isso, torna-se legítimo para a realização do desejo das alunas, copiá-la. Eis mais uma justificativa para se ter acompanhado previamente o desenvolvimento do conteúdo disponibilizado nos livros de etiqueta e decoração publicados ao longo de tantas décadas.

O que vai-se percebendo é que casa e o comportamento são colocados como todos complementares, e o lar da professora é usado como exemplo a ser seguido, tanto é que as alunas, por apreciarem o que vêem, contratam a consultora, conforme afirmei anteriormente, a fim de que ela reproduza “fielmente” em suas casas aquilo que é uma especificidade daquele momento e da história de vida de A.M.R.

Transcrevo a seguir um trecho de meu diário de campo, pois ele condensa o que foi exposto e analisado até esse momento em relação ao curso de etiqueta e decoração de A.M.R., que freqüentei durante o mês de abril de 2001, na condição de observadora participante, para desenvolver a minha dissertação de mestrado.

A.M.R. recebe a mim e as outras alunas de maneira muito “simpática” e “agradável”.Diria: “elegante”. “Sejam bem vindas! Fiquem à vontade!” É na sala decorada com objetos de herança de sua família e também da de seu marido que a atmosfera de distinção vai-se desenhando. Um sofá e duas poltronas revestidas por um tecido floral e torneadas por um material acobreado dão um ar mais ‘nobre’ àqueles artefatos, juntamente com almofadas e uma toalha de cetim, que finalizam um tom mais rebuscado à sala. Não é difícil dizer que os elementos, ao mesmo tempo, decoram aquele ambiente e convidam a uma certa rigidez e uma formalidade que dá o ar de ruptura com o corre-corre paulistano, nos alçando a imagens mais datadas e disciplinadas. Não é uma decoração contemporânea que prepondera na casa de A.M.R. e que serve de pano de fundo para a aprendizagem das regras de etiqueta. Existe, sim, ali uma possibilidade de aprender a represar suas pulsões. Mergulhar no mundo das etiquetas é uma maneira de disciplinar a si mesmo, mas também aqueles com os quais convivemos. O olhar das meninas que compartilham aquele

momento comigo e, especialmente, seus gestos, que vão ficando mais contidos no decorrer da aula, denotam uma quebra. No entanto, a delicadeza da professora das artes do refinamento tem uma recepção muito forte por parte das alunas. A rigidez com que foi criada transparece naquele mobiliário, naqueles tecidos e, ao mesmo tempo, cria uma vontade de semelhança por se mostrar como uma conquista que as salvarão das armadilhas da exposição cotidiana”.

O que acontece é que uma aura quase mágica toma conta do ambiente repleto de objetos antigos, envolvidos por histórias de família, o que, de alguma forma, parece movimentar um desejo de participação desse grupo de cultivadores do refinamento. A.M.R., então, assinala mais um dos momentos cruciais na formatação de seu perfil “alinhado”:

“As coisas na vida precisam ser praticadas. É muito bonito expor um comportamento de se preocupar com o outro, mexendo com a sensibilidade das pessoas. Eu lembro muito do chá das cinco que eu participava com minhas tias na Argentina. Eu cresci em um ambiente que, embora não tivesse tido uma colonização inglesa, valorizava e desejava se comportar como se fosse. Com muito carinho, elas preparavam os doces, o chá, a mesa sempre bem posta, toalha muito bonita e engomadinha, e ficavam conversando. Era um encontro esperado por elas e que eu vivenciei. Eu adorava aquela cena. Às vezes, não é nem importante o chá, pode ser um café, um suco, mas o encontro e a reunião são grandes possibilidades para dividir momentos felizes. Isso é muito bom!”

Esta relação entre os hábitos e as afetividades que se percebe no relato de A.M.R. revela um elemento que será acompanhado no capítulo seguinte. Bem mais que uma preocupação em exibir um refinamento oco, está a importância com os afetos que emergem dos encontros, no caso envolvidos pelos aromas do “chá das cinco”, essa lembrança carinhosa que insere a etiqueta em uma teia de relacionamentos familiares, meio de onde emergem os valores que superam aspectos meramente frívolos e descartáveis.

Nesse sentido, observemos a foto da sala onde acontecem as aulas:



(sala de estar da casa de A.M.R.)

Assim, não importa o critério. O que está implicado é o valor de antiguidade, de ancestralidade, presente no objeto e que acaba por imantá-lo. É da cena que vem o magnetismo, o seu *mana*<sup>35</sup> para as pessoas, em especial, as alunas que partilham esses valores.

Esse mesmo traço se associa à história de vida dos consultores de etiqueta, que, de uma maneira geral, apresentam-se, quase todos, como integrantes de linhagens aristocráticas ou com origens europeias repletas de histórias que têm com pano de fundo uma vida familiar movimentada e regada a muitos encontros com pessoas importantes da vida social de política brasileira, às vezes, mundial, à semelhança dos consultores que

---

<sup>35</sup> A observação desta imagem me fez lembrar algumas reflexões propostas pelo antropólogo Marcel Mauss. Existiria *mana* nos objetos decorativos conclamados para a criação de uma atmosfera “s sofisticada” como esta? Sim, se entendermos o *mana* como uma característica inerente não apenas às pessoas e as suas histórias de vida, como a objetos que associam um clima de magia resultante do encontro entre a posição social do sujeito de onde partem tais capacidades e o reconhecimento desses valores no grupo no qual se está inserido. Isto é, o *mana* seria a consolidação de uma comunidade que se pretende como “iguais” ou caminho da paridade definido pela genealogia ou simplesmente pelo *pedigree* conquistado. E se tudo que tem *mana* cria atração, o campo dos “refinamentos” cria também sua comunidade de seguidores e, algumas vezes, entusiastas da reprodução de um mundo que lhes pareça afável, afetivo. O mesmo efeito poderá ser acompanhado no direcionamento oferecido pelos consultores de decoração, como veremos a seguir, no que se refere à aquisição de objetos antigos, frutos de herança familiar ou “simplesmente” oriundos de antiquários (Mauss, 1974:149)

fazem aparições nos programas de televisão tornando-se autores de manuais de “refinamento”.

Diferentemente dos ensinamentos propostos nos livros e que as alunas julgam menos interessantes, por não conseguirem visualizar/imaginar ambientes refinados, a imagem anterior ganha destaque e atua como exemplo a ser seguido, já que é vivenciada, “saboreada”, no decorrer das aulas. Naquele momento, A.M.R. é a figura feminina de proeminência e aquele é o momento no qual a divulgação das regras de etiqueta está fartamente associada ao ambiente doméstico, que servirá de sede agradável de seus maridos. A.M.R. afirma:

“Muitas mulheres não entendem que agradar o marido na hora que ele está chegando do trabalho é algo muito positivo. Essas coisas de nem esperar o marido chegar e ir logo descarregando os problemas do dia não pode. Ele não aguenta. Logo que ele chega, é um carinho, perguntar como foi o dia de trabalho, se tudo correu bem, querer saber se ele precisa de alguma coisa. É esperar ele relaxar um pouco. Isso ajuda numa boa convivência em casa e propicia um clima agradável. Uma coisa interessante é que o bom comportamento começa em casa e pra você, com seu marido e filhos, se tiver. E aquilo que é bom pra você em casa será bom em qualquer lugar com qualquer pessoa e será bonito. [...]Um gesto isolado como empurrar uma cadeira pode ser muito fútil. Por exemplo, um homem que é muito educado, empurra a cadeira para a mulher, fora de casa, num restaurante, mas na hora do bate papo gostoso para agradar a sua companheira fica nervoso e irritado por qualquer coisa. Isso não serve. Então, o que adiantou ele ter empurrado a cadeira, comer como um príncipe, se ele não conseguiu o principal: passar um momento agradável”(trecho de entrevista concedida pela consultora de etiqueta A.M.R. em sua casa, em São Paulo, em maio de 2000).”

“Bem organizar” a casa, “bem decorar” a mesa, seja com iguarias, seja com flores, transforma-se em uma abertura para orientações que se afastam um pouco do terreno da etiqueta propriamente dita e adentra o âmbito das questões afetivas, conjugais e, no limite, da sedução. Em verdade, o “bem enfeitar” a casa, a mesa e todo o ambiente doméstico teria, na visão dos consultores em geral, o apelo de tornar os maridos mais próximos, mais

interessados em encontrarem suas esposas depois de um longo dia de trabalho, mais satisfeitos com o clima convidativo entoadado pelos aromas e, portanto, menos afeito às saídas com os amigos (“o *happy hour*”).

**[...]“aqui não é curso de etiqueta não!”: aprendendo sobre decoração no “curso de M.P.M. no Casarão”.**

“[...]Ah, você está fazendo aula no curso da M.P.M.?[Sim, estou fazendo pesquisa lá]. Você vai adorar porque a M.P.M. é fascinante e a aula dela é demais. Ela sabe tudo sobre decoração. Mas o que importa mesmo é o jeito como ela fala de coisas que parecem que estão ali tão próximas da gente. História da arte, que é um assunto chato, contado por ela é muito legal porque ela tem o dom e ela sabe muito. A gente percebe!. No ano que vem, acho que vou fazer de novo esse curso. Sinto muita saudade dela, da alegria que envolve a gente! Tem gente que sai até chorando no último dia de aula.” (Sandra, 41 anos, pedagoga, casada, ex-aluna do curso da M. P. M. em maio de 2007)

O acesso às “aulas da M.P.M.” – é assim que as alunas se referem ao curso com ar de admiração – não foi tão fácil, conforme relatei na apresentação deste trabalho, não apenas porque minhas primeiras buscas objetivavam, inicialmente, localizar cursos de etiqueta na cidade de Campinas, mas também pela própria dificuldade criada pela professora na tentativa de afastar pessoas que não estivessem estritamente com o intento de aprender sobre decoração, além do incômodo de ter alguém a observando, anotando não apenas as aulas, mas também suas entrelinhas.

M.P.M. é mineira, tem 52 anos, casada, decoradora e professora de decoração. Formada inicialmente em Pedagogia, mais tarde, na década de 1980, teria se formado em Design de Interiores, pela Faculdade Panamericana, em São Paulo. Oferece cursos e seus serviços na área de decoração em seu escritório *Marchand D’Art*, que se localiza no Espaço

Cultural, chamado Casarão, no bairro “nobre” de Nova Campinas, em Campinas, onde acontecem as aulas de decoração em três turnos: manhã, tarde e noite.

Logo que consegui agendar um encontro com M.P.M. no próprio Casarão - após a percepção da existência da importância de uma teia social intermediadora deste universo que explicitou a “necessidade” de uma apresentação para minha inserção, conforme relatei - em horário de intervalo das aulas e apresentar a ela minhas credenciais de antropóloga interessada em conhecer mais sobre o tema decoração, a professora demonstrou-se muito gentil e me cedeu uma listagem de nomes de alunas e ex-alunas com as quais eu poderia realizar as entrevistas. No entanto, eu não contava com o passo em falso que daria por não perceber que, ainda que M.P.M. tivesse oferecido uma leve indicação de que etiqueta e decoração estariam fortemente relacionadas, a proximidade entre os dois temas e a importância concedida à etiqueta era um assunto bastante indigesto para aquele grupo de alunas.

Assim, ao iniciar meus contatos com ex-alunas do curso, me apresentar e dizer que a secretaria do *Marchand D’Art* teria me fornecido seus telefones e que eu teria interesse em saber como tinha sido a experiência no curso de decoração, mas também sobre o contato com a etiqueta, mal podia saber que havia pisado em um campo minado. Vejamos um trecho de minha conversa ao telefone com a ex-aluna Patrícia, casada, 42 anos e proprietária de uma loja de lustres e artigos de iluminação, conhecida como “chic” naquele círculo social das alunas da M.P.M.:

“Olá Patrícia. Meu nome é Daniela. Quem me forneceu seu telefone foi a M.P.M. Eu sou doutoranda em Ciências Sociais na Unicamp e estou estudando o tema decoração na atualidade e ao procurar pela Pompéia, pedi a indicação de algumas alunas. [ela me conta que gostou muito do curso, especialmente de Pompéia que é uma pessoa muito comunicativa e que tinha, então, a partir daquelas aulas aprendido vários toques decorativos que colocaria em prática em sua casa]. Em seguida eu lhe pergunto o que ela teria achado das inserções de etiqueta no curso e sobre a importância da etiqueta para a decoração. Patrícia simplesmente alega desconhecimento dizendo que no curso não havia tido nenhuma inserção do assunto etiqueta, pois aquele era um curso de decoração de casa e que um assunto nada teria a ver com outro. Disse ainda que nunca faria um curso de etiqueta e que as aulas de M.P.M. não faziam nenhuma alusão à etiqueta. [não imaginei, mas no instante seguinte a aluna registraria com

M.P.M. uma reclamação ao meu respeito e que eu estaria expondo a professora e as alunas]”.

Essa tentativa de agendamento de entrevista me brindou com um telefonema da própria professora M.P.M. no sentido de me levar, sutilmente, à idéia de que aquele curso não serviria aos meus objetivos, além de estar causando ruídos para o público freqüentador de suas aulas.

Todavia, ao ultrapassar esses enfrentamentos, pude localizar um ponto altamente nevrálgico no grupo: localizá-las como alunas do curso de decoração da M.P.M. sim, mas aprendizes de regras de etiqueta, não. Isso seria uma ofensa para elas, erro que quase ocasionou meu afastamento de um terreno tão fecundo. A partir daí, fui muito mais cuidadosa em minhas inserções e comentários.

Ao expor a relação entre a etiqueta e a decoração, conexão essa que já tinha sido feita por consultores das duas áreas, tornou-se notória a percepção de que para as alunas havia uma grande necessidade de ocultamento desse tipo de falta no âmbito dos “refinamentos”, ou seja, do aprimoramento dos comportamentos e hábitos. Modificar a casa, por ter conquistado capital econômico e social para isso é um assunto bem-vindo, traz “prestígio” para elas, maridos e filhos, todavia, refinar-se a si mesmas e reconhecer publicamente isso pressupõem aquilo que falta e não o que se conquistou, pois toca-se no que há de mais íntimo, nas fragilidades: a maneira como se come, como se veste, como se relaciona com as pessoas, como se fala, como se comunica e, especialmente, como se recebe convidados em casa.

Dessa forma, vivenciar a experiência da aprendizagem de regras de etiqueta em um curso de decoração demanda uma abertura das alunas para assuntos que não lhes são bem vindos, embora a professora possa até ir a público para falar a respeito do tema, como aconteceu durante a participação em um programa feminino da tarde, na Band- Interior.

O tema da etiqueta no curso de decoração é colocado como um apêndice pouco relevante, apenas como um detalhe, uma curiosidade e, por isso, o conteúdo do refinamento dos hábitos é relegado à periferia das abordagens dadas nas aulas de decoração por meio de pinceladas muito leves, quase imperceptíveis, para o público freqüentador. Conformação muito diferente do curso de etiqueta no qual as alunas aprendem sobre etiqueta e não se

sentem nem um pouco ofendidas por serem orientadas quanto aos objetos, móveis, tapeçarias que possam inserir em suas casas. Mas, em entrevista M.P.M., afirma que não é possível aprender decoração sem aprender etiqueta:

”Quando se fala em comportamento na sala de jantar, não adianta explicar para a pessoa qual mesa, tamanho, quantas cadeiras ela precisará comprar porque isso é óbvio, pois o que mais interessa é o lado humano do dia a dia. [Como assim?As mulheres que vem ao seu curso falam alguma coisa pra você a respeito dessas regras de comportamento em casa com seus filhos e maridos?] As mulheres reclamam demais dos maridos, que sentam-se à mesa de qualquer jeito, vestem qualquer roupa por mais que elas os auxiliem e dêem boas dicas. É difícil um homem que abra a porta do carro para a mulher. Há homens polidos e finos, mas são exceção.[E porque você acha que elas reclamam?] Porque é muito bom alguém te paparicar, puxar a cadeira para você se sentar; é *chic*, é elegante, eu adoro! Elas querem elevar o nível e a qualidade de vida da família e para isso acontecer tem que ser a mulher. É ela que vai proporcionar essa virada, servindo uma comida agradável, bonita de se ver, com os talheres adequados, tendo a seu lado um homem gentil que a trate bem, que não grita com ela; que seja educado!”.

Além da estreita relação entre decoração e etiqueta presente no discurso da professora, um dado que se confirma e se constrói o tempo todo e aparece no imaginário do refinamento é a importância concedida à figura feminina e sua responsabilidade por manter esse domínio de organização do lar e da formação de sujeitos “bem educados”, “finos”. Não é casual que M.P.M. afirme que “tem que ser ela” a melhorar o perfil da família como também não é aleatória a escolha por ela como professora de decoração e de etiqueta, já que existe também um perfil de uma consultora nesses assuntos, sua posição social, os signos de distinção que expõe ao falar sobre viagens à Europa, Estados Unidos, idas a restaurantes renomados como *Le Troquet*, em Campinas ou Fasano em São Paulo. Por isso, Pompéia continua: etiqueta “*é para ser abordada full time: saber como é que se coloca uma mesa, como se serve, como deixar uma mesa bonita e bem arrumada, como sentar-se*

*à mesa, como se toma vinho e com qual copo, deixar a casa cheirosa e saber que são esses detalhes que enriquecem a vida, assim como se decora todos os ambientes de uma casa”.*

Essa é uma manutenção desempenhada por uma mulher que se quer “fina, elegante, bem vestida”, com filhos e maridos “bem educados” que possam também “bem representá-la” no círculo de amigos, assim como ela fará com eles, demonstrando, assim, que há várias formas de se exercer o poder.

Esse perfil feminino que se poderia associar ao imaginário de uma mulher vitimizada, sufocada pelas responsabilidades de transformar uma casa em um lar, mas não somente e especialmente tornar sua família um grupo “elegante”, não se consolida aqui. São mulheres que subvertem imagens já ultrapassadas e que conquistam o poder pela “delicadeza”, sem sobressaltos.

Estimulada pelas análises de Anne McClintock, pude notar que o ambiente doméstico, que poderia ser visto, a princípio, em plena associação com a desvantagem em relação ao mundo do trabalho relacionado historicamente aos homens, é transformado em espaço de demonstração de formas de poder mais sutis e não menos importantes do que se poderia imaginar. É com elas que estão as rédeas do “refinamento” da família e, com isso, da inserção desses membros em grupos mais ou menos prestigiados da sociedade, já que, com relação a esses temas, os homens e sua parca participação mostram-se muito melindrados, com exceção da utilidade profissional e não pessoal. Assim, essa feminilidade que aqui se desenha não está ligada, portanto, a uma atitude submissa (McClintock, 2003:55).

### **observando as aulas no “Casarão”**

É interessante atentarmos para o local onde acontecem as aulas de decoração. Diferentemente do apartamento de A.M.R., que pretende constituir-se como microcosmo da “civildade”, em Campinas as aulas são dadas no espaço cultural chamado Casarão, situado

no bairro Nova Campinas, reduto de classe média alta da cidade de Campinas. Sua fachada, seus contornos, as cores em branco e azul que o revestem, tudo lembra uma antiga sede de fazenda. Pergunto-me: Seria mesmo uma edificação com lastro tradicional, associado a histórias de família, heranças culturais, um lugar antigo assim? Não me contento em reter minha dúvida e vou em busca de explicações. Mas minhas hipóteses são infundadas. Aquele espaço foi encomendado. Tudo ali foi cuidadosamente criado para remeter à ideia de tradição. E fato relevante: localiza-se ao lado da Sociedade Hípica de Campinas: um clube frequentado pelas camadas altas campineiras. Abaixo seguem duas imagens:



(fachada externa do Casarão)



(fachada externa do Casarão)

Além da peculiaridade arquitetônica do espaço, que é lembrada às alunas, o critério de antiguidade mantém-se no discurso de M.P.M. por meio do incentivo à ida a galerias de arte, museus, antiquários etc., conformando-se, assim, um repertório que nem todas as alunas que lá estão compartilham, não apenas por não possuírem o mesmo nível sócioeconômico, mas especialmente por não compartilharem do mesmo *ethos*, dos mesmos valores, já que aquele perfil não é vivenciado por elas em suas casas.<sup>36</sup>

Dessa forma, contata-se que os consultores de etiqueta e de decoração dirigem-se ao universo dos “refinamentos” como uma arte alimentada no dia a dia. Tal nomeação deve-se ao fato de que os profissionais dessas áreas direcionariam as regras ao desenvolvimento de uma sensibilidade que, somada à afetividade e à estética, seja das corporalidades – etiqueta - seja da domesticidade – a casa - condensaria uma atmosfera em que valores associados à “beleza” estariam em jogo. Compondo-se esse cenário, estariam as professoras desses temas, que, para ali estarem e participarem, não podem e não perdem o governo de si mesmas. Controladas ou em buscas desse horizonte, transformam-se no modelo mais próximo possível do ideal de refinamento que acreditam e supõem (e estão informadas) que as alunas procuram.

---

<sup>36</sup> Essa discussão será acompanhada de maneira mais elaborada no capítulo seguinte.

Se, como vimos, A.M.R. em sua casa é o retrato do mundo dos refinamentos, na decoração encontramos um perfil semelhante em M.P.M. emoldurada pela decoração do Casarão.

O calor, o frio e quaisquer intempéries que possam se apresentar não exercem barreira para o desejo que possuem de colocar em prática a “elegância e o refinamento” a partir de um imaginário que se mantém na via de mão dupla, pois há uma admiração que é nutrida pelas alunas em relação às professoras, e estas, por sua vez, subsumem esta postura, por isso a temperatura parece não interferir. Demonstrar ser “elegante” é fundamental, o que as transforma em amostras e produtos de si mesmas. Vejamos mais de perto a experiência do “refinamento” a partir de um trecho de meu diário de campo:

“Hoje é o primeiro dia de aula no curso de decoração oferecido no Casarão pela professora M.P.M. O curso ocorre em três horários, eu estou matriculada no período da tarde e hoje, dia 13 de março de 2007, está uma tarde especialmente quente aqui em Campinas; os termômetros estão próximos dos 30°. Subo a grande escadaria revestida por um longo tapete persa – parece antigo - rumo à sala de aula (um salão também utilizado/alugado para eventuais encontros de empresas) passando por algumas obras de arte. A sala possui janelas laterais com cortinas finas de *voile* branco que balançam bastante por causa do vento e dos ventiladores que estão ligados. As alunas estão usando vestidos, saias, calças com tecidos mais leves, blusas com alças finas. O burburinho aumenta; parece que há uma expectativa grande pela aula, as alunas cumprimentam-se com beijinhos, demonstram serem já antigas conhecidas ou amigas. M.P.M. recebe as alunas, uma a uma, com sorrisos e de uma forma bem simpática, porém vestida sobriamente com cores tom pastel. O seu traje é um terninho branco com mangas compridas e fechado até o pescoço, apesar do calor relatado. Enquanto isso, uma moça (descubro mais tarde que é sua assessora de imprensa) já está pronta para disparar os primeiros flashes e a cena acaba com a entrega de flores à professora, representando as boas vindas e um bom início de curso. Observo ao final desta cena, uma visão de conjunto em que as alunas parecem deliciar-se com o que vêem – seus olhares fixam-se na professora - em um ambiente e um clima em que a amizade e proximidade preponderam. Tudo indica que ela foi escolhida como modelo a ser seguido e, nesse ponto, torna-se, juntamente com as outras professoras de etiqueta que já entrevistei e convivi, mais uma dentro dessa galeria do desejado ‘bom gosto, requinte, refinamento’.”.

Esse é o exemplo da mestra de refinamento, seja da etiqueta, seja da decoração; as treinadoras da “elegância”. Estas mulheres, geralmente pertencentes a camadas médias altas, que conquistaram capital cultural principalmente em viagens feitas ao exterior, especialmente Estados Unidos e Europa e menos em cuidados direcionados ainda na infância no seio familiar, “vendem” uma possibilidade de aproximação de um estilo refinado, de um status elevado.

É interessante às alunas, segundo orientações das consultoras, observar como as cores são escolhidas e combinadas aos estilos de mobiliário com linhas mais retas ou materiais mais despojados como os reciclados, madeiras de demolição ou fibras naturais ou os mais clássicos como as madeiras nobres como imbuías, perobas ou mognos.

Diante do exemplo no qual se transforma a professora de decoração, as alunas vivenciam a cada semana um aprendizado de “elegância”. Elas descem de seus carros que são rapidamente manobrados pelos motoristas que as recebem como se estivessem a caminho de um evento social, e é o que acontece. É lá que acabam estreitando laços com outras mulheres que possuem um estilo de vida semelhante ao seu. Muitas dizem que apreciam o curso pelo fato de este possibilitar novos círculos de amizade. Mas, mais que isso, o curso proporciona não apenas um aprendizado, mas uma consolidação de elementos legítimos à experiência social do refinamento.

“As conversas no momento de intervalo das aulas ecoam de grupinhos que vão se formando gradativamente. Muitas já eram amigas antes das aulas, outras se conhecem lá e encontram semelhanças entre as escolas que os filhos estudam, o cabeleireiro, as lojas de roupas etc.; trocam informações a respeito de serviços em geral. Muitas alunas estão no curso porque querem reformar suas casas, mudar a decoração somente, ou por estarem construindo aquela que será a ‘casa dos sonhos’, do jeitinho que imaginam. Outras estão esperando o primeiro filho e contratam arquiteta e decoradora para tudo sair da forma mais perfeita e o curso acaba servindo para saberem como informar aos profissionais o verdadeiro desejo a ser concretizado para a decoração do quarto da menina ou do menino que está para chegar. Aprendem que quarto de menina é geralmente rosa e de menino azul, pois a professora alerta que uma decoração com muitos detalhes só combinaria com uma menina. Além da professora que tira as dúvidas a respeito dos diferentes ambientes da casa, há sempre em sua mesa revistas de decoração como *Casa Claudia*, *Casamix*, *Arq Art*, *Viver bem*, *Casa & Jardim*, para que as alunas possam tomar como exemplos a serem ou não seguidos em suas casas e assim poderem explicar para a

decoradora contratada qual seria o desejo a ser concretizado”.(observações da aula de M.P.M. em maio de 2007)

O ingrediente comum é a seleção de imagens de vários períodos da história da arte que representam durante todas as aulas o estímulo para que as alunas apreciem e aprendam a distinguir uma “boa visita” feita a museus dispersos pelo mundo ou pelo Brasil.

Para um olhar menos avisado, esse incentivo seria apenas a tentativa de consolidação de uma compreensão da relação da decoração com as artes em geral, como pintura, escultura, tapeçaria e mobiliário. Mas não, essa é a construção de um *ethos* “refinado”.



(fachada externa do Casarão)

Como podemos observar a partir da imagem acima, as aulas, juntamente com todo o ambiente, remetem à uma aura de “grandeza” e “força” representadas pela escultura dos dois leões destacados em uma das portas de entrada do Casarão, e à “tradição” aludida pela imagem da fonte. Outras referências são feitas durante as aulas, a exemplo da exposição de imagens de obras de arte, de igrejas européias que podem ser visitadas, de tapeçarias,

esculturas, mobiliário e pinturas existentes em importantes museus principalmente estrangeiros ao lado de estímulos a visitas aos brasileiros como *Museu da Casa Brasileira*, *Museu de Arte Contemporânea*, *Museu Lasar Segall*, *Museu de Arte de São Paulo*, *Fundação Maria Luiza e Oscar Americano*, entre os citados no curso. Entre um *slide* e outro, vai-se conformando não apenas um “bom gosto” pelo cultivo das artes em geral, como também, a possibilidade de ampliação da rede de amigas que passam a enxergar-se em um estilo de vida similar.

No entanto, nem toda a aura de “sobriedade e *glamour*” conferida pelo discurso de M.P.M. acerca das obras de arte, dos bordados belgas conhecidos e considerados por ela como os “mais finos do mundo”, da “classe” conferida pela aquisição de um tecido “fino”, como a seda, o linho, o *richelieu* (tipo clássico de bordado vazado e que cria desenhos), das porcelanas de Rosenthal, Limoges ou chinesas ou dos cristais que podem enfeitar a casa impede que as secretárias desempenhem a tarefa de vez por outra cobrarem o pagamento de mensalidades que as alunas (“*chics*”) deixam em atraso. M.P.M., figura de autoridade e proeminência do curso, apresenta-se apenas como a porta-voz e a mimetizadora das “delicadezas”. Raramente atua como cobradora dos aspectos financeiros concernentes ao andamento das aulas e reserva-se ao estímulo à “boa convivência” doméstica por meio da orientação das cores mais adequadas para variados ambientes da casa, os gestos mais “delicados” diante de quaisquer pessoas e a absorção de hábitos “requintados”, congregando a visão de facilitadora da manutenção ou criação de laços de família ou de amizade “elegantes”: “*Já percebi que estão ficando bem amigas hein! [...] E o marido e os filhos, estão explicando para eles em casa o que estamos estudando aqui?*”.

Aula após aula, Pompeia mostra imagens de igrejas “suntuosas” com seus vitrais, ensinando qual o melhor horário para tais visitas, os trajés e a preparação para o passeio.

“Observemos a igreja de *Sainte Chapelle*, famosa por seus belos vitrais. Eu coloquei ao fundo o canto gregoriano que é para vocês apreciarem essas imagens se imaginando lá, no clima dessa música maravilhosa, nessa tranqüilidade que ela passa. Gente, vocês tem que ir lá quando forem a Paris. Essa visita é imperdível.[Ah, Pompéia ,eu já fui, mas passei com muita pressa. Terei que voltar lá para ver melhor, fala uma aluna]. É uma obra de arte da arquitetura gótica. E se vocês forem no horário da

manhã, por volta de 11 horas, poderão visualizar os vitrais no auge de sua beleza”.

E, nesse idioma do “refinamento”, com suas regras, com seus tons e gramática próprios, termos como *bergère* (poltrona), *guéridon* (mesa lateral), *récamier* ou *chaise* (espécie de divã reclinado com cabeceira mais alta e suavemente curvado), porcelanas de Sévres, *black moor* (geralmente ornamento de mesa que tem o negro como sustentação, seja de mesa ou de algum móvel), espelhos bisoté (com lapidação especial), *Aubusson* (tapeçaria francesa) e *boiserie* (revestimento de parede geralmente de madeira adornada com baixos relevos) são alguns dos elementos com os quais se pode deparar nesse tipo de aula de decoração e que são reconhecidos pela maioria das alunas.

O contato com esses conteúdos permite entrever que deixar uma casa “bem decorada” nos moldes desse grupo vai muito além da escolha de uma mesa bem adornada ou a preferência pela cor mais aconchegante. Além disso, é necessário lembrar que são pessoas que possuem um nível econômico que, muitas vezes, já possibilitou o contato com o que as consultoras expõem, mas sem conseguir apesar disso se fazer incluir nessa cobiçada rede social.

Contudo, sempre há alguma nomenclatura desconhecida. E, nesse caso, as alunas acabam justificando que não precisam saber nomes difíceis, pois estão fazendo o curso para elas, e não para trabalhar como decoradora. Conhecer ou ser apresentado a uma *bergère* ou a uma *guéridon* ou decorar a casa com um determinado tipo de mobiliário é demonstrar o conhecimento ou inserção em um domínio no qual um certo *habitus* e uma posição social preponderam e, com isso, se sentir “de dentro”. Instaure-se, dessa maneira, um idioma, uma linguagem social a partir da qual todos os integrantes são reconhecidos. Não é aleatório o esforço de M.P.M. em destacar repetidamente a importância do conhecimento de tais assuntos. A fim de complementar esses ambientes ricamente decorados com objetos diferenciados, a professora alerta que para enfeitar ainda mais tais ambientes, tornando-os “lindos”, é imprescindível a escolha por toalhas de linho puro ou tecidos adamascados (tecidos elaborados com ornatos em seda, linho ou algodão, atualmente com mais de 300

fiões), além de objetos “importantes” dispersos pela casa. Nessa linha de orientação às alunas, M.P.M. ensina:

“Vocês sabem o que é um *black moor*?, [As alunas respondem com a cabeça em sinal negativo]. Estão vendo, vocês precisam vir ao curso de decoração por isso; para aprenderem coisas ‘finas’. *Black moor* é uma peça sempre sustentada por um escravo negro, sempre servindo de suporte, sempre em trabalho. É um dos objetos mais *chics*, além de caríssimos. É interessante saberem que é com a história da arte que poderão crescer culturalmente. Hoje, não vou nem perguntar para esta sala quem é que já foi fazer uma visita à Pinacoteca em São Paulo porque não quero me aborrecer. Vocês sabem quem projetou a Pinacoteca? Um nome de grande importância que já estudamos aqui: Ramos de Azevedo. Gente, estão precisando fazer pequenas viagens à Capital, visitar museus, ir a mostras, pois decoração é o dia a dia.”

A finalização do direcionamento da estetização da vida doméstica ou da consolidação do “bom gosto” como um conjunto de modificações de si e da vida que levam e da casa que vivenciam de maneira ornamental é dada pelo treinamento cotidiano. Permanecer no universo da distinção tem um preço a ser pago que não passa tão somente pela inserção econômico-financeira, mas cultural, social e artística (Bourdieu, 1988; Baudrillard, 1972)<sup>37</sup>.

E onde é que os homens ficam nesse terreno dos “refinamentos”? Será que eles têm algum lugar ou participação nisso?

Este ponto é muito significativo na incursão pelos aprimoramentos domésticos que contam “naturalmente” com a presença feminina e com a grande convivência e incentivo de professoras que, ainda que saibam da parca presença de alunos do sexo masculino na sala de aula diante da majoritária presença feminina, acabam, no decorrer das horas, esquecendo-se desses poucos interessados e dedicam-se a ensinar sobre a orquestração da casa, como ajudar as mulheres a agradarem seus maridos, auxiliando na construção de uma

---

<sup>37</sup> Destaco aqui as análises de Pierre Bourdieu e de Jean Baudrillard pela proximidade de enfoques que ajudam na compreensão de como são formadas as malhas do “refinamento”. Ao se debruçarem sobre temáticas que colocam em questão da produção do gosto, ambos consideram a relevância das condições tanto materiais quanto simbólicas e que, além disso, sujeito e sociedade vivem uma relação de interdependência. Vistos em conjunto possibilitam a compreensão de um universo intrincado cuja percepção da importância de valores simbólicos pode trazer dividendos no sentido da legitimidade, já que apenas o “êxito” econômico não é o bastante nessas searas.

liderança e dedicação quase que exclusiva das mulheres. Pensando no encontro entre as mulheres e os poucos homens que se arriscam na busca pelo “refinamento” nesses cursos, ou pelo menos, na compreensão do assunto, destaco uma passagem:

Manhã de terça feira – abril de 2007:

Pompéia movimentando-se pela sala e discorrendo sobre história da arte - após cumprimentar as alunas, perguntar sobre como tinham passado o fim de semana e se haviam tido tempo para fazer alguma visita a museus ou antiquários - relembra-se da presença de João, um dos únicos alunos a acompanhar aquele curso de decoração. A professora interage dizendo: Ah, João, você está aí!(as alunas riem...). M.P.M. o resgata, e ele, envergonhado, é conclamado a ler um trecho sobre a história da decoração em estudo naquela aula. Após este fato, João, enrubescido, é convidado, juntamente com outras duas alunas a dirigir-se à frente da sala e mostrar o dever de casa para o restante da sala. A tarefa solicitada pela professora tinha sido pesquisar sobre as artes barrocas, seu significado, seus nomes proeminentes e explicar, de maneira bastante resumida, sua importância no cenário da decoração de interiores. Nesse momento João não é somente incluído, mas colocado em situação de constrangimento como evidencia seu rosto e confirma, como destaca em entrevista, a falta de proximidade com tais temas justificando a necessidade pelo curso pela atividade que desenvolveria: proprietário de uma loja de móveis. Em tal situação, tais conhecimentos lhe trariam diferencial e seriam de utilidade na conformação de melhores vendas. [Essa foi toda a explicação dada para sua presença naquela aula].

Assim como é complexo o afastamento da relação entre capital sócioeconômico e cultural e a constituição e manutenção da distinção, também é possível perceber o quanto ainda é indissociável o campo dos “refinamentos” do universo feminino. Mesmo que haja uma presença masculina, como pudemos notar, esta é passada quase despercebida posto que a compreensão arraigada a respeito da domesticidade como terreno feminino não deixa espaço para um olhar distinto do que vem sendo propagando historicamente. Constata-se, assim, uma interação intimamente destinada às mulheres majoritariamente, todavia não de forma homogênea, nem de forma submissa. No ponto de vista de M.P.M., assuntos relacionados a “bom andamento” da casa, decoração, educação dos filhos, orientação do marido e tudo que diz respeito “às coordenadas que guiam a casa” é “assunto de mulher”. “São detalhes, minúcias que não dizem respeito ao homem”. Ou seja, a pouca frequência de

alunos do sexo masculino deve-se ao fato de eles participarem se os cursos forem direcionados ao tema “etiqueta empresarial” ou aspectos diretamente úteis ao trabalho, já que esse assunto não é contemplado nos cursos em geral, e sim em palestras específicas.

### **Decoração e etiqueta no SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial)**

As duas experiências de contato com a decoração e a etiqueta estão sendo colocadas juntas aqui por constituírem um todo que se complementa quando os alvos são especialmente a profissionalização da área do design de interiores (decoração) e o direcionamento da etiqueta como ferramenta útil na área de trabalho. No entanto, é relevante salientar que essa é uma explicação que faz parte do repertório do SENAC, pois a observação e o contato com os alunos revelam informações bem mais interessantes.

Uma justificativa utilizada pela arquiteta e professora do curso, C.A., para a profissionalização da decoração ou a criação de cursos profissionalizantes como os oferecidos pelo SENAC foi, inicialmente, a percepção da atividade de decorador como termo já bastante desgastado, segundo os profissionais da área, por suscitar associações com “sofisticação” e elitismo. Essa compreensão estaria relacionada ao imaginário de que esses conteúdos seriam mais afeitos às altas camadas da sociedade, sendo, então, disponibilizados por mulheres pertencentes a estes círculos sociais que se utilizariam de experiências pessoais com o refinamento, construindo, assim, uma área de trabalho e de atuação como profissionais desse tipo de conhecimento. Dessa forma, recentemente nesses cursos tornou-se possível formar-se em designer de interiores, posto que o objetivo maior seria afastar a marca de classe carregada pela nomenclatura decorador.

Parece-me significativo a partir do destaque dado a este ponto, enaltecer esses cursos no sentido de demonstrar que essas diferenças se nutrem não apenas pela aderência a uma nova nomenclatura, mas também pelos sentidos que são transportados por essa via.

Nestes cursos, os professores atuam no sentido de oferecer uma visão mais prática dos conteúdos relacionados ao “refinamento”, por se enxergar o público que lá está de maneira homogênea. Ou seja, que estaria lá para aprender um ofício. Essa é uma hipótese

que não se confirma totalmente já que há uma parte das alunas que escolhem e decidem fazer o curso por estarem “construindo” ou “reformando” suas casas, que optam por um preço mais acessível de aulas e que acreditam que lá conseguirão aprender noções de decoração que as farão substituir os serviços de uma decoradora ou arquiteta. Outra condição significativa para a escolha das alunas por esses cursos e não outros de que elas têm conhecimento é o constrangimento que já sentiram em apenas procurar ou ir conhecer os outros cursos que são dados pelas ditas “madames”, como costumam chamar. Assim, esses cursos, por serem mais heterogêneos, transformam-se em ambientes mais propícios para certas camadas da população, principalmente mulheres interessadas, que querem aprender mais sobre temas como decoração já associados desde o início a, mais que camadas altas, às mulheres de camadas altas. Outro diferencial no que tange aos homens e que facilita a participação deles nas aulas é a existência de um grupo mais mesclado. Ainda que as mulheres estejam também em maioria - e que confere às aulas uma dinâmica totalmente distinta – os homens participam com mais desenvoltura, mas ainda assim utilizam a justificativa da necessidade profissional.

Um dado relevante: mesmo que os alunos exponham suas intenções em fazer o curso e que muitas alunas afirmem o desejo de aprender para decorar suas próprias casas, tal informação não modifica o rumo das aulas da arquiteta C.A., que não se incomoda em repetir os conteúdos a cada aula, mas de maneira muito “técnica”, o que desencadeia o desinteresse das alunas. Embora haja alunas e alunos dispostos a aprenderem conceitos específicos da decoração por exemplo, como fazer plantas de ambientes (ou seja, saber “milimetricamente” onde está cada encaimento da casa e como esta edificação ficaria depois dos reparos), outros estão lá porque acreditam que conseguirão em poucas aulas absorver os conhecimentos destinados ao “bem decorar” uma casa. Afora essas expectativas, a organização do próprio curso deixa a desejar quando informações desencontradas revelam uma falta de envolvimento dos coordenadores do curso em relação aos matriculados. Vejamos um trecho de meu diário de campo na aula de decoração no SENAC:

Fevereiro de 2008:

Depois de vários desencontros nos corredores do SENAC, pois os funcionários, até minutos antes do evento, não sabiam quem seria o professor(a) que ministraria o curso denominado ‘Decoração Prática’, a professora aparece sem material didático demonstrando seu desconhecimento em responsabilizar-se pela consecução daquelas aulas. Inicia a aula com a apresentação da conquista da autonomia da decoração em relação à arquitetura e expõe o incômodo diante da legitimidade conquistada por algumas professoras oriundas de camadas altas da sociedade inseridas na área não apenas campineira. Logo após deixar claro seu posicionamento diante da conquista de espaço destas profissionais, inicia o conteúdo da seguinte forma:

‘Vamos falar um pouco de decoração e o exemplo que eu dou é o seguinte: eu gostar ou não de um quadro não quer dizer que a decoração está boa ou não, pois gosto é diferente de estética. Isso acontece porque um ambiente pode estar esteticamente bom, mas a pessoa não gostar.

O que é relevante destacar aqui além da situação embaraçosa que se apresenta no início do curso e do desencontro de informações para com o público interessado é a diferença de perfil, de direcionamento dos conteúdos, especialmente, a forma como a professora se refere ao conceito de gosto. Para ela, gosto diz respeito simplesmente ao fato de se gostar ou não de um ornamento e não a concepções mais relacionadas ao “bom gosto” que se pode aprender desde a tenra idade no reduto familiar e que está, geralmente, associado à “civilidade” e ao “refinamento” de hábitos, comportamentos e conseqüentemente, escolhas decorativas e a uma experiência de classe. Nesse sentido, os conteúdos dos cursos passam por orientações bastante superficiais relacionadas à decoração, se vistos sob o prisma dos cursos apresentados anteriormente. No entanto, este é denominado de “decoração prática”, ou seja, tudo é explanado de maneira bem rápida e ainda que a programação contemple história da arte, a forma e o conteúdo oferecidos por meio de pinceladas vagas não despertam interesse nos alunos que passam a reclamar e não percebem ou entendem sua importância.

Esse objetivo prático pode ser percebido também nos cursos de etiqueta oferecidos pelo SENAC, nos quais a maioria das alunas deseja livrar-se de inseguranças que envolvem sua vida não apenas social como profissional. Os temores mais relevantes estão relacionados à timidez e à vergonha em se comportar mal em um evento social, em

responder se estão grávidas ou apenas acima do peso; se estão namorando depois de tanto tempo solitárias, se sabem utilizar os talheres diante de colegas e do próprio chefe em uma festa de fim de ano, etc. Isto é, não se importam com o perfil abreviado do curso, mas com a eficácia que o contato e a aprendizagem que as regras de etiqueta podem proporcionar, pois há questões prementes a serem resolvidas.

Aprende-se nesse tipo de curso de etiqueta a adotar estratégias para parecer “refinado”, a escapar de “ciladas” e a evitar constrangimentos, objetivos que congregam pessoas com os intentos e queixas muito semelhantes.

“A aula de etiqueta aqui é um pouco diferente por acontecer numa sala de aula comum, ‘decorada’ com cadeiras universitárias e pintada toda de branco. Não há sinais de aconchego, muito pelo contrário; tudo suscita uma aprendizagem afastada de sensibilidades similares aos de A.M.R. ou M.P.M. Não há exemplos, nem ornamentos que exemplifiquem o que seria um ‘bom gosto’. Os temas tratados não diferem muito de outras aulas assistidas: passam por utilização de aparelhos como celulares no cotidiano, uso de cartões de visita, pontualidade em encontros, especialmente os profissionais, roupas adequadas a variadas situações, tom de voz adequado a momentos específicos da vida, etiqueta à mesa, etc. Todavia, o que chama mais a atenção é a forma como se veicula o refinamento: transmissão de técnicas, regras e códigos que facilitam a convivência entre as pessoas e evitem que as pessoas se exponham, paguem ‘mico’, cometam ‘gafes’. Tudo é sim ensinado com vistas a que as alunas absorvam que ter ‘boa educação’ é limitar/conter ao máximo a espontaneidade das atitudes, característica que poderá ser lida nos comportamentos e gestos. A estratégia do curso (similar aos outros) é a ênfase em discursos repetidos reiteradamente: ‘quando você respeita o código e as regras você está dizendo que está entre iguais. Demonstra respeito pelas pessoas, que você não é egoísta e pensa no outro’. Ao ouvir tantas vezes esse tipo de argumentação, tantas outras me questionava sobre a crença que aqueles alunos que ali estavam desenvolviam”. (observação feita em fevereiro de 2008)

Dos momentos mais marcantes do trecho acima, o que chama mais a atenção é a defesa da professora A.V. acerca da possibilidade de, ao se refinar os comportamentos em um curso composto por quatro aulas, as chances de convivência “entre iguais” ser afirmada por ela. Mas que iguais seriam esses? O convite feito pela consultora é que a aquisição de tais técnicas, quando acionadas “coerentemente”, tornaria as pessoas mais “elegantes”

mesmo que estejam em processo de treino do “refinamento”. Assim, a convivência proporcionaria a visão de que os sujeitos, comportando-se de maneira “elegante”, encontrariam seu similar do mesmo nível.

Essas acepções vão no mesmo sentido das escolhas por objetos que não são herança familiar e por isso não possuem o “peso da tradição” condensado durante gerações, mas que podem ser adquiridos em antiquários ou ser revestidos como se fossem antigos, caso, por exemplo, do Casarão onde se ensina decoração. E, por consequência, seus possuidores se sentiriam mais próximos daqueles que desejam ser seus pares.

É interessante notar, ainda, que muitos conteúdos ensinados nesse tipo de curso não seriam considerados necessários nos outros já apresentados, por se avaliar que as pessoas naquele grupo social já possuem determinados filtros coerentes com suas posições sociais e aos comportamentos que desejam ter socialmente. A exemplo dessas orientações peculiares, a consultora adverte:

“O celular diz quem você é. É preciso tomar cuidado com o toque escolhido para o seu celular. Pensem na imagem: um homem todo engomadinho, de terno, sapatos pretos está andando na empresa onde trabalha e seu celular toca o ‘bonde do tigrão’. (risos na sala....)Que credibilidade vocês acham que essa pessoa terá? E se for o chefe então? Nem pensar! Outra coisa são os *blogs* e sites de relacionamento como o *Orkut*: é preciso muito cuidado com o que se mostra ali, pois hoje eles estão sendo utilizados para avaliar como as pessoas são intimamente, o que influenciará nas seleções profissionais”.

Na apresentação de “currículo”, A.V. se assemelha às outras consultoras de etiqueta, ou seja, deseja mostrar suas andanças pelo mundo para configurar uma imagem de mulher não apenas “viajada”, mas instruída em escolas estrangeiras e disposta a auxiliar no processo de “refinamento” de quem a procure, pois: *“atualizou seus conhecimentos e foi treinada sobre comportamento no Reino Unido, na First Impressions Image Consulting”*. Seu “prestígio” é admirado pelos alunos, pois há comentários nas rodinhas durante os intervalos das aulas. No entanto, eles buscam outra direção, mais prática: salvar-se das “gafes” ou atitudes que possam abalar ainda mais um lugar que já não é tão seguro assim. Duas alunas me relatam o processo de escolha por um curso de etiqueta:

“Eu decidi fazer o curso com o intuito de adquirir conhecimento, segurança para frequentar lugares com mais naturalidade e confiança. Desejo melhorar minha qualidade de vida. O que penso sobre isso é que não saber o que todo mundo tem domínio e conhecimento, ou seja, essas regras, me leva a imaginar que estou sendo julgada o tempo todo. Isso não é bom pra mim”.(Claudia, 34 anos, auxiliar financeira)

“Gosto muito do tema e é sempre bom estar atualizada, aprender a lidar com as novas tecnologias. [a conversa vai adiante e eu não entendo direito o que ela quer dizer sobre a relação entre boas maneiras e tecnologia e ela me explica melhor sobre que ela pensa]. Depois que perdi meu pai e meu marido fechei-me um pouco para o mundo e com isso perdi, eu acho, o traquejo, o tato social. Acho que fiquei anti-social, antipática, impaciente, deselegante e agora, após 15 anos, quero voltar à sociedade”.(Valquiria, 40 anos, assistente administrativo)

A finalidade de destacar essas falas é mostrar o que também se procura em um curso desses em comparação com outros. São fragmentos contundentes, pois apresentam realidades muito distintas das observadas nas aulas de A.M.R. e, por este motivo, podem demonstrar mais facilmente a diferença entre uma experiência e outra.

Pode-se dizer que na sua maioria, as mulheres frequentadoras do curso SENAC possuem uma jornada de trabalho de pelo menos oito horas por dia, não são casadas, são brancas, não demonstram, preponderantemente, um interesse prioritário em combinar taças, toalhas ou enfeites e tampouco escolher a marca dos artefatos utilizados no lavabo no dia em que receberão visitas. Elas possuem curiosidades a respeito do que seria e qual a utilidade de uma *guéridon* (mesa lateral) quando pronunciada pela professora no tema “etiqueta à mesa”, mas ainda mais em adquirir um pouco de “refinamento”.

Entretanto, ao traçar um perfil majoritário deste público não perco de vista que há disparidades. Quando perguntadas a respeito do conhecimento de outros cursos oferecidos em Campinas, as alunas me relataram que sabem sim da existência de outros, inclusive mais “chics”, que possuem uma condição financeira para frequentá-los, mas que não era interesse delas terem um gasto maior nesse setor. Estes perfis me levaram, então, à

proximidade de comportamentos e hábitos que as alunas do Casarão possuem, mesmo que não escolham freqüenta-lo.

Assim, as duas falas anteriormente destacadas e que representam um perfil bastante comum nos cursos SENAC são bastante contundentes no sentido de demonstrarem um tipo de crença na etiqueta como se ela fosse uma ferramenta de grande importância na “sobrevivência” social delas. Suas buscas instalam-se em terrenos muito profundos e acreditam que um curso de etiqueta as tirará da sensação de inadequação desenvolvida após anos e anos de negação da própria vida criada por um imaginário desolador; a aquisição da formalidade social seria uma espécie de salvação ou pelo menos um caminho.

Dominar técnicas de “refinamento” de hábitos e comportamentos teria a capacidade de retirar sujeitos de seus vazios interiores? Perguntei-me isso tantas vezes, pois foram várias as alunas que me relataram a etiqueta por esse prisma. Por isso, nem etiqueta, nem decoração mantêm-se como todos homogêneos e peculiares a “ricos”, “lindos”, “cheirosos”, “bem vestidos”, “alegres” e “femininos”. O campo dos “refinamentos” e suas imersões pode se mostrar muito mais “malcheiroso” e “desagradável” que se pode imaginar. As “gafes” abordadas em capítulo posterior nos mostrarão esse outro lado da etiqueta à medida que os alunos do SENAC, pouco preocupados com suas reputações, abriam durante as aulas suas vidas, seus sentimentos de inadequação e de cobrança diante dos grupos sociais com os quais convivem.

Assim, alinhavando as experiências dos cursos aqui abordados, é possível assinalar e sinalizar que a participação dos homens nessa orquestração da casa e dos hábitos é parca pelo fato de não ser delegada a eles a tarefa de constituir o terreno fértil para que as sensibilidades floresçam. Esta é a porta de entrada para entendermos que tipo de feminilidades são acionadas nesse campo. Isto é, o domínio e a organização da domesticidade e a transformação da habitação em lar são fortemente direcionados às mulheres, tanto que quando alguns homens interessados no tema participam desses cursos sentem-se constrangidos, pois as professoras acabam os “esquecendo” e direcionando os conteúdos ao lado feminino. Aqueles que participam sem demonstrar tantos “problemas” não questionam; apenas estão lá para ampliarem seu cabedal em uma área em que há muita concorrência já que entrevêm a necessidade de convencerem seus clientes, as mulheres.

## Feminilidades, sonhos, lembranças e histórias de vida

A proposta deste capítulo é avançar a discussão sobre etiqueta e da decoração como áreas temáticas que demonstram uma não homogeneidade, a ponto de não resumi-las e direcioná-las, especificamente, como gostaria o senso comum<sup>38</sup>, a um grupo de mulheres brancas, casadas, heterossexuais, ricas e fúteis. Seguirei o caminho de analisar as diferentes noções de feminilidade que se desenham nas malhas do “refinamento”. Assim, imbuída do interesse em mostrar novas facetas e novos olhares que pudessem retirar o tema dos refinamentos de um horizonte permeado de preconceitos que o vê como “futilidade”, encontrei na literatura antropológica feminista — que já vem insistindo há algum tempo no alargamento de compreensões de lugares femininos diferenciados — a ponte para que imagens diversas das já esperadas, atravessadas por diferenciações de classe, sexualidade e raça, pudessem emergir.

Admito que logo que iniciei a pesquisa de campo cheguei mesmo a indagar e a quase tomar como dadas as feminilidades que, parece, gostariam de ser lidas nesse sentido. Surpreendi-me, como se poderá acompanhar no decorrer desse capítulo. Mulheres frágeis, à deriva, enclausuradas em suas casas como apenas “boas cuidadoras” de sua família? Não.

No que tange ao público que frequenta os cursos, é importante retomar algumas informações que foram ressaltadas na apresentação desta pesquisa. Ou seja, que há diferenças bem claras entre o de A.M.R. e M.P.M. e os do SENAC. Assim, mesmo que em alguns momentos apareça a categoria “mulheres” não tive o objetivo de imprimir uma visão homogeneizadora, posto que suas experiências conferem amplas disparidades entre os dois tipos de público. Como não há também qualquer intenção em ver esse universo de pesquisa como representante de um grupo, pois, mesmo os de camadas sociais mais altas que possuem uma agenda de encontros mais previsível, ainda assim, demonstram uma rotatividade, que é anual.

---

<sup>38</sup>Utilizo a compreensão de senso comum proposta pelo antropólogo Clifford Geertz (1997) é um conteúdo acionado como recurso de manutenção de uma ordem, de algo esperado e também pelo desejo de tornar algo diferente e, em caso contrário, subverter uma realidade não muito interessante. A saída encontrada é, em uma interpretação que aqui importa, a desqualificação para manter-se em situação segura, por já ser conhecida.

Dessa forma e para evidenciar a não uniformidade desse universo utilizo as entrevistas, como se pode acompanhar a seguir, expondo-as, gradativamente, a partir do destaque de valores nos quais pautam-se as alunas nessas tramas. Suas feminilidades se distinguem, veremos, por meio de suas inserções sociais, mas especialmente, por meio do acesso que elas possuem ao capital social e cultural necessário ao “trânsito” nas malhas do “refinamento”. Mais que isso é importante acompanhar como as feminilidades se constroem nos eixos propostos de maneira a demonstrar que há muito menos “futilidade” nesse campo do que se poderia imaginar.

**“Os homens não priorizam esses assuntos...”<sup>39</sup>**

Descobrir que nesse meio fortemente mobilizado por imagens femininas existe uma crença muito grande de que “os homens não priorizam, nem entendem de assuntos como etiqueta e decoração” foi algo muito instigante e mais corriqueiro do que eu poderia prever. Foi difícil ter acesso a esses teores presentes nas malhas do “refinamento”, já que apenas a observação reiterada e a grande imersão no assunto é que puderam evidenciar tal associação, dada sua sutileza ou ocultamento por parte das mulheres.

Afastar os homens dessas searas, excluindo-os, aparece como uma forma de demonstrar a avaliação sobre temas aos quais estariam pouquíssimo afeitos e especialmente despreparados. As mulheres utilizam a seu favor as tramas de um imaginário que desejaria ser reiterado e retratado não apenas como domínios feminilizados, mas, especialmente, de “dependência” e “docilidade”. Entretanto, as mulheres encontraram nesse terreno uma maneira de burlar essa situação que as manteria como fiéis subordinadas das armadilhas domésticas nas quais seriam exaltadas como “boas mães e boas esposas”. Ou seja, aos homens cabem nesse terreno algumas associações: “incompetência”, “falta de informação”, “desconhecimento” e “incompreensão” sobre assuntos e acontecimentos que pertencem a um mundo doméstico no qual não estão inseridos. Às mulheres sobra uma alta dose de “tato”, de “sensibilidade” para a consecução das demandas intralçar, capazes, sim, de trazer

---

<sup>39</sup> Afirmação de Simone, já apresentada, aluna do “curso da M.P.M.” em entrevista em sua casa, em setembro de 2007.

dividendos para os maridos e para a família pelo perfil estrategista por elas desenvolvido. São elas que tomam conta da casa, preparam os arranjos de flores, verificam se os móveis estão em “bom estado”, negociam com arquitetas ou decoradoras o projeto de transformação dos “ambientes” e acompanham o comportamento dos filhos, que devem manter-se sempre “bem educados”, “bem arrumados”, pois isso é “tarefa da mãe”.

Esse tipo de feminilidade, que toma para si uma tarefa pautada em uma compreensão de domesticidade que poderia permanecer envolta por antigos véus de “fragilidade” passa a ser (re)construída de maneira diferenciada, expondo uma faceta com mais poder do que se poderia supor.

Aqui, desenha-se uma lógica de inversão de visões de gênero no qual aos homens caberiam características de “poder” e “domínio” e às mulheres, de “submissão”. Aos homens, mesmo aqueles poucos que se investem de “coragem”, torna-se muito “constrangedor” participar desse tipo de aula em que as professoras quase se esquecem de sua existência.

Enclausurados nas imagens de, basicamente, apreciadores do “bem viver”, figuras que “não entendem muito bem, nem sabem valorizar”, segundo as orientações pautadas em regras de etiqueta e decoração, posto que “raramente estariam em casa acompanhando a movimentação e organização” das tramas do “refinamento”, cabe aos homens no espaço doméstico a responsabilidade pelas tarefas reservadas à adega da casa, à escolha das bebidas e, quando muito, aos afazeres relacionados a festas, como churrascos com amigos e familiares.

No entanto, é interessante destacar a ideia de “coragem” como carta que os homens necessitam sacar de suas mangas para “enfrentarem” as agruras de uma aula de “refinamento”, seja de si, seja da casa, evidenciando um ponto de vista bem diferente do que seria esperado outrora, isto é, uma postura “naturalmente” “destemida” e “audaciosa”. Ao invés de estarem associados ao instinto de “proteção”, a eles historicamente creditado, além de serem vistos por meio de predicados enaltecidos de “força”, “bravura” e “ousadia”, nas aulas as mulheres que se mostram mais amigas é que os “defendem” das brincadeiras para que impere um clima de “descontração”.

Assim, os homens que “ousam” adentrar esse universo, mesmo que na defensiva de uma justificativa com bases de utilidade profissional – explicação muito comum -,

mostram-se “indefesos”, literalmente “temerosos” de participarem de um espaço que acreditam feminino. Seus temores invadem a crença de que possa haver também algum desqualificação ou associação com a diminuição de sua virilidade caso demonstrem um interesse maior em relação ao “refinamento” dos hábitos.

De seu lado, as mulheres invertem a situação, demonstrando características pautadas no “poder”. Segundo suas observações, eles necessitam de uma “bússola para se orientarem” e compreenderem que o estofado “está em bom estado”, até porque a casa “sempre necessita de um clima diferente”, “mais atual”, e essa orientação é dada por elas, de maneira muito “delicada”.

“Delicadeza” e demonstração de “poder” são elementos utilizados pelas mulheres de forma muito sutil e, assim, de maneira sagaz elas passam a ter uma visão de conjunto e mais prática da orquestração familiar, que poderia, segundo o senso comum, estar associada aos homens<sup>40</sup>.

O contato com as experiências de Silvana, uma fonoaudióloga de 39 anos, casada, oriunda de Petrópolis e residente em Valinhos, interior de São Paulo, me revela que as decisões que envolvem o cotidiano do casal, para que este se mantenha como um arranjo familiar afetivo, são orientadas de forma muito “sutil” pela mulher. Digo “sutileza”, e não “imposição”, pois esse se mostrou um atributo da maior importância na construção dessas feminilidades que não deixam de conquistar para si o “comando” da orquestração dos lares, e não um “fardo”, como se poderia pensar *a priori*.

Silvana conta que ter e ver sua vida transformada quando da transferência de seu marido para Valinhos, deixando para trás uma carreira de 18 anos que havia construído a “duras penas” em sua cidade natal, foi uma decisão conjunta do casal em prol de um casamento que havia se iniciado há apenas três anos e por considerarem que a carreira que estaria mais “consolidada” e com perspectivas de “sucesso” e de “crescimento” seria a do marido. No entanto, a vida em Valinhos revelou muitas divergências, entre as quais o

---

<sup>40</sup>É interessante ressaltar aqui o estudo feito por Alice Inês de Oliveira e Silva (1985) acerca da construção social da mulher de prendas domésticas. O que importa para as reflexões aqui propostas é sua perspicaz análise sobre a emergência de estereótipos e atribuições que levariam homens e mulheres a encaixarem-se em visões amplamente essencializadoras e naturalizantes. Aos homens cabendo o “sério” domínio sobre as esferas profissionais e às mulheres, a “delicada” rotina do lar. Seu estudo é primoroso por mostrar a inversão de sentidos em determinados momentos, além da construção de feminilidades que, mesmo estando engajadas em assuntos que dão conta de uma domesticidade que, muitas vezes, poderia ser lida como “invisível”, ainda assim, encontra formas bastante ativas de existir e se movimentar em espaços que exigem delas “destreza”.

enfrentamento de fases de solidão por parte dela, por não terem nem parentes, nem amigos na cidade, proporcionando, assim, uma grande disponibilidade de tempo, inclusive, para pensar sobre sua vida, refletir sobre seus gostos e descobrir, com isso, um interesse maior pela área da decoração e o despertar de desejos de “enfeitar” sua casa. Em suas palavras:

“Sempre trabalhei muito e só vivenciava a casa à noite quando chegava do trabalho. Como eu passava o dia todo no consultório eu comprava coisas para lá. Minha vida era o consultório. E aí me vi com tempo e comecei a pensar sobre coisas que eu poderia fazer nessas horas vagas. Fiz vários cursos de artesanato em 2006 e até tenho ainda peças confeccionadas por mim decorando cantos da casa. Então quando a mulher está dentro de casa e gosta, ela fica elaborando e pensando em qual lugar colocar cada coisa, qual a parede melhor para determinados quadros, onde colocar tais enfeites. Quando eu tive esse tempo, eu falei: vou decorar minha casa do jeito que eu quero. Aí me veio a idéia do curso de decoração e escolhi o da M.P.M. Na escolha da casa foi a mesma coisa: fui eu que escolhi a casa que iríamos morar. Aí quando vi esta casa eu me apaixonei e falei: é essa! Tem quintal como eu gosto. Vou todo dia visitar minhas plantas. E de mais a mais sou eu quem vivencia mais a casa”.

Assim, fui, surpreendentemente, apreendendo que afastar os homens desses universos alegando que eles não “entendem” desse riscado era algo muito mais comum nas falas de minhas entrevistadas, por assumirem suas afeições ao doméstico não como se poderia imaginar, ou seja, de maneira “submissa”, mas de forma invertida, tornando-se as “fortes” mantenedoras de um lugar que historicamente era visto como um limitador de poder. Essa impressão é confirmada no relato de Flavia, diretora de escola, 52 anos, casada e aluna do “curso da M.P.M.” a respeito de uma modificação em sua sala de estar ou “living”. Fernanda afirma que ao querer e decidir “dar uma cara nova” à sua sala, ao invés de pensar no marido para colocar em prática sua idéia, solicitou que uma amiga, considerada por ela como “pau para toda obra” e “acostumada” ao uso de furadeiras, a ajudasse a pendurar quadros na parede alaranjada que escolhera, também, sem que o marido opinasse a respeito. Ela diz o seguinte a respeito de sua decisão:

Tenho me preocupado em viver a minha vida, então o living nós usamos muito e eu me preocupei na última modificação que fiz nesse espaço em torná-lo um ponto de encontro da família. Esse é um lugar onde conversamos, ouvimos música e onde tem o lugar do Nino, nosso cachorro que também é um membro da família.

Antes de ir ao curso da Pompéia pinteí essa sala da cor que você está vendo: alaranjado, pois adoro essa cor. Fiz isso junto com uma amiga, ou melhor, cheguei a conclusão e era eu mesma que queria fazer a pintura, mas o filho de minha faxineira falou que poderia fazer pra mim e eu aceitei. Nesse mesmo período resolvi chamar essa minha amiga Sandra para colocarmos uns quadros na parede; eu gosto desses mais geométricos e ela como é mais descolada e está acostumada a fazer na casa dela, já pegou a furadeira, veio até aqui - e como ela é dessas que resolvem mesmo! - e me perguntou: vamos colocar onde? E, em seguida, continuou: e a hora que o homem chegar? (ela quis dizer como seria a reação do meu marido quando visse os quadros na parede laranja!) Eu respondi: ih, não se preocupe, vai demorar pra ele perceber! E depois, ele é tranqüilo; poderá me achar meio louca [risos], mas aceitará na boa!

Isso demonstra uma convergência de feminilidades para além da cumplicidade edificada entre as amigas. Não considero que haja totalmente, como se percebe no final do diálogo com Fernanda, uma ausência do marido nas resoluções domésticas, pois muitas vezes eles nem sabem o que está acontecendo em casa e são logo apresentados à nova “repaginação” da casa, mas um domínio que torna a convivência mais alegre, já que as mulheres estão se responsabilizando por iniciativas que não consideram masculinas. Alguns maridos perguntam: “E isso custou quanto hein?” Mas também não são tão enfáticos a ponto de necessitarem desabonar os empreendimentos femininos. A preponderância, conforme me relataram, é que “eles não entendem muito” e, alguns momentos, tentam interferir; elas, por sua vez, não querem, pois consideram que a cumplicidade com as amigas é mais importante e por “entenderem mais” de senso decorativo que eles. Ou como disse Silvana: “eu vivencio mais a casa que ele”, então “eu entendo melhor do que precisamos! O que ficará melhor!”

As feminilidades se mostram “menos frágeis” do que se poderia prever a princípio também com relação à manutenção dos vínculos familiares, que são compreendidos, por essas mulheres, como responsabilidade delas. Elas aceitam que os maridos estejam envolvidos em outros assuntos, especialmente os de trabalho, cabendo, então, a elas a

sustentação desses valores. É interessante ressaltar aqui que o gênero é atravessado pelo marcador classe, já que os relatos destacados são de alunas de um curso que não é dos mais baratos, mas que por seus contornos, como já vimos, destaca a importância de uma série de elementos associados a aspectos que configurariam uma experiência preocupada em manter uma história de vida sólida.

Assim, Flavia afirma: “*Minha mãe sempre falava: a hora que a mãe morre a família desune*”.<sup>41</sup> Ou seja, existe uma crença por parte dessas mulheres de que seria, sim, da alçada delas a “boa orquestração” do lar por meio do incentivo a vínculos familiares de acolhimento, que expressam não a obrigatoriedade e sim “domínio”. Seja trabalhando fora, seja trabalhando por curtos períodos do dia, ou apenas permanecendo em casa, tipo de feminilidade que aqui emerge demonstra que os “bons” vínculos com a família são mantidos graças a um ambiente “bem cuidado” e à atenção concedida aos “bons comportamentos”. E são as mulheres (esposas, mães, avós e tias) que aparecem como as grandes representantes desse lugar.

Outro ponto presente nas falas das entrevistadas que faz com que o tema “refinamento” dialogue intimamente com contornos mais feminilizados expressa nos investimentos familiares, mais especificamente na ênfase feita pelas mães às filhas. Esse destaque recai basicamente sobre o desejo que as mães têm que suas filhas sejam moças “bem comportadas” e, com isso, possam “bem representar” a família, que tenham “bons modos”. Esse é um vetor presente nessa pesquisa ainda que estejamos vivendo um momento histórico em que é notório o abalo de variadas fronteiras, sejam elas sociais, culturais, estéticas, geográficas, sexuais e geracionais<sup>42</sup>.

Os dois trechos de entrevista seguintes dão conta desse tipo de importância que emerge tanto do campo da etiqueta como do da decoração. As mães ficam ansiosas para afastar as filhas do estereótipo de “menina grosseira”, pois com os meninos as cobranças são menores no caso de se apresentarem de forma mais “relaxada”, e não haveria muita preocupação.

---

<sup>41</sup> Esta é uma afirmação da entrevista Flavia, já apresentada, aluna do “curso da M.P.M.”, em entrevista em sua casa, em setembro de 2007.

<sup>42</sup> Para uma discussão relevante sobre o lugar das feminilidades no contexto pós-moderno, ver: Louro, Guacira Lopes. “Feminilidades na pós-modernidade”. In: Revista Labrys- Estudos feministas. N.10. 2006.

Ana e Ligia, irmãs, respectivamente com 17 e 21 anos, estudantes, respectivamente, de ensino médio e do curso de decoração da Faculdade Belas Artes em São Paulo e igualmente alunas no curso de etiqueta da A.M.R., relatam como a mãe as vê e que tipo de feminilidade é esperada delas. Paulistanas e oriundas de família cujos pais são médicos, as duas irmãs explicam que existe uma expectativa grande em relação a elas: que estudem, sejam pessoas “bem informadas”, “comportem-se bem”, sejam “finas” e “elegantes”, tanto em festas em casa como em restaurantes ou festas de amigos. Direcionaram-se para o curso de etiqueta por insistência da mãe, que tomou informações com amigas que já haviam colocado as filhas nesse tipo de aprendizagem. Antes da primeira aula estavam abominando a ideia de terem que se sujeitar a esse tipo de aula, que suas amigas não tinham o hábito de freqüentar, além do medo de “estar pagando mico” em se expor em um curso desses. No entanto, conforme contaram, foram surpreendidas, pois não precisaram “andar equilibrando um livro na cabeça”. Essa foi a primeira imagem que tiveram sobre um curso de “boas maneiras”: andar “elegantemente” carregando um livro na cabeça. Contrariamente, sentiram-se bem desde o primeiro momento, pois todo o conteúdo foi transmitido de maneira bem “tranqüila” e no final da experiência até gostaram por perceberem que não eram “obrigadas” a “comportarem-se bem”, mas se o fizessem conquistariam uma sensação “agradável”. Além disso, a mãe e a tia aprovaram o processo de aprendizagem pelo qual passaram e desejaram até que algumas “dicas” lhes fossem passadas.

O outro perfil que destaco aqui é o de Gigi, 39 anos, casada, dois filhos, dona de casa, aluna no “curso da M.P.M.”, natural de Botucatu, cidade do interior de São Paulo. Segundo seu relato, sempre se interessou pelo tema da decoração e adorou fazer o curso da M.P.M. Para ela, foram muito importantes as aulas sobre história da arte, sobre como arrumar uma mesa, além da forte identificação com algumas pinceladas oferecidas pela professora sobre a história de vida de Coco Chanel, que Gigi disse ter gostado tanto que passou a pesquisar sobre a “filosofia” desta mulher que conquistou, em sua vida, um espaço tão importante. Os conteúdos com os quais Gigi disse ter-se identificado mais diziam respeito à maneira como M.P.M. aliava os ensinamentos sobre decoração de ambientes com a importância que “deve” ser concedida à família, como filhos e marido.

Gigi, embora não trabalhe fora, possui alguns ganhos com “bijuterias finas” que ela mesma confecciona. Afirma que, depois de ter seus dois filhos, avaliou que, para “bem

criá-los”, o melhor que teria a fazer seria permanecer mais tempo em casa, o que não a impede de fazer esses pequenos trabalhos e de sair, eventualmente, para comercializar suas peças de artesanato.

Sua versão sobre feminilidade é um pouco mais “delimitada”. Para Gigi, as meninas “devem” — e o verbo alude a este tom de obrigação mesmo — saber se “comportar bem” para manterem-se femininas. Mas que feminilidade seria essa? Aquela baseada em qualidades personificadas por uma mulher “discreta”, “fina”, “cheirosa”, “bem arrumada”, assim como diria outra entrevistada, Paula, 42 anos, casada, três filhos, que trabalha como gerente financeira na empresa da família.

Paula afirma que decidiu fazer o curso de decoração mais pelo interesse em compartilhar momentos com possíveis amigas do que propriamente pela necessidade de aprender sobre o assunto. Conta que suas avós eram mulheres bastante preocupadas com “coisas” elementares de educação, como se comportar à mesa nas refeições, e influenciavam no “bom comportamento” dos netos mais do que sua mãe, apesar de esta apreciar o uso de “guardanapos de pano” ao invés dos de papel. No entanto, não existia, em sua visão, uma vida social que justificasse, como hoje ocorre com seus filhos, uma intervenção nesse sentido do “exagero” da civilidade. Sua família era simples. Seu pai foi melhorando de vida e com isso, ela e seu único irmão formaram-se na universidade, casaram-se, tiveram filhos e atualmente ela, por ter conseguido um status social diferente daquele no qual havia crescido, sentiu vontade de conhecer mais a área da decoração, mas não transparece que seja algo imperativo.

A parte de grande relevância da entrevista neste momento faz referência à utilidade conferida, especialmente, à etiqueta para seus filhos e a associação que Paula destaca a visões de feminilidade e masculinidade. Não me pareceu tão flexível quanto sua ida ao curso de decoração apenas para encontrar “amigas”. Vejamos o que os três fragmentos de conversa a seguir podem nos provocar:

“Procurei o curso mais porque minha mãe tinha comentado que tinha ouvido falar que era legal. Eu não tinha interesse, mas aí ela falou: será legal e você vai gostar! Porque além do curso de como se comportar, você aprende várias coisas legais, a professora dá dicas de como viver. Eu acabei indo porque minha mãe queria, mas depois...acabei gostando! Meus pais falaram pra nós duas: ah, é muito esquisito, vocês são muito esculaxadas, vai ser bom pra vocês! Eu acho que foi porque a gente anda

muito no meio de homem: os nossos primos. Na família somos as únicas mulheres. Então eu acho que você pega mania de menino mesmo!

Minha mãe pensa assim: mulher tem que saber servir casa, cuidar de casa, servir uma mesa e disse: vão vocês aprender e aí vocês ensinam em casa. (...)O básico a gente sabia, mas coisas assim de servir um jantar na sua casa, saber onde colocar os talheres direito, os pratos, copos, aquela ordem, não. Foi mais pra isso. Para estar preparada pra receber alguém em casa, porque se você faz um jantar em casa, você está recebendo pessoas de fora. Porque quando a gente que já conhece a pessoa que vem almoçar, que é bem amiga, acho que não é nem importante, precisar precisa, mas não é uma coisa tão formal, tão fresca. Agora quando é uma coisa maior com mais gente, que você não tem intimidade, você precisa, não pode dar impressão que não sabe e fazer feio. (Ana e Julia)

D: Você acha que existe diferença entre comportamento que seria mais para menino do que para menina?

G: Hoje em dia não muito, mas eu acho que tem muita coisa que a mulher está deixando de fazer. [O que, por exemplo?] A mulher tem que ser inteligente hoje, não pode ser mais uma pessoa submissa, mas você vê coisas por aí que assustam. Meninas que se vestem de um jeito e andam de maneira vulgar. Às vezes é até um mau gosto: usam um coturno enorme e vão deixando de serem femininas. Como eu acho que a mulher deve ser mais feminina eu coloquei minha filhinha no balé clássico. Uma porque ela pisava pra dentro e o médico indicou e, também, porque eu acho bonito e pelo menos ela vai aprender a sentar de maneira educada, elegante. (...)Se você perguntar para uma menina de 12 anos hoje da *Barbie* ela dará risada da sua cara. As meninas até pedem para o meu filho para “ficar” ou para saírem. Elas não têm nem hora para chegar e são meninas que eu acompanhei o crescimento aqui no prédio e isso tem mudado totalmente.(Gigi)

D:Você colocaria seus filhos em um curso de etiqueta?

P:As meninas, eu gostaria que elas não passassem por constrangimentos. O menino eu jamais conseguiria colocá-lo porque ele poderia achar que isso é coisa de bicha. É mais difícil do menino entender isso. Não que eu não ache que um menino não precise aprender, mas acho que é muito mais difícil de convencer. [Mas por que uma menina deveria ir a um curso de etiqueta e o menino seria difícil de convencer?] Porque acho que a mulher tem esse lado mais social. Porque o homem sempre espera que a mulher resolva as coisas antes dele. Eu acho até que é uma obrigação: a menina ser sempre educadíssima, cheirosíssima; menino se estiver com um cheiro estranho até passa. Um homem com chulé é aceitável, agora uma mulher com chulé não combina...não sei se estou sendo machista, mas é uma questão da natureza feminina. Eu faço questão que as minhas meninas tenham toda a lapidação possível, mas para o meu filho eu talvez ache que isso não é tão necessário, pelo menos agora! (Paula)

A confluência das três falas leva a um paradoxo, pois se elas, as mães, colocam-se como mulheres mais “antenadas” e preocupadas em “organizar o meio de campo” doméstico - as festividades, as regras, a ornamentação - defendem também uma fixidez no padrão de feminilidade que se pauta pela “discrição”, pela “elegância”. E essa cobrança seria direcionada apenas a elas já que para os meninos tais exigências poderiam torná-lo “afeminado”, passível de serem confundidos como homossexuais.

Um ponto de conexão a ser assinalado a partir das observações nos cursos de decoração de preço mais acessível ao público como os do SENAC vem da afirmação das professoras acerca dos profissionais com os quais convivem nessa área de “reforma de casas”, como pedreiros ou mestres de obras. Segundo o que elas dizem, estes homens acreditam que “mulheres e obras, não combinam”. A inserção das mulheres nesse terreno, como ressalta Camila, a professora de decoração, indica que é necessário um pouco de “tato” e “astúcia” por parte das mulheres, especialmente donas de casa, para lidarem com esses profissionais que acham que as mulheres não “entendem nada de obras”. Esse não seria um assunto de mulheres, na visão deles. O que combinaria mais com o lado feminino seria, no máximo, a decoração, por tratar de aspectos compreendidos como mais estéticos, mais feminilizados, e não as “reformas” em geral. Estas seriam “assunto de homens”.

Ainda sobre feminilidade, o curso pesquisado do SENAC abriu espaço também para a minha feminilidade ou para a curiosidade sobre ela. Minha presença causou em algumas alunas um certo desejo por saber como seria a relação entre a vida de antropóloga e as possibilidades da maternidade. Depois de algumas aulas juntas tendo contato com as regras de “refinamento”, das casas e de si, um clima mais próximo foi sendo criado e aí veio a pergunta, bastante direta: “*e você, tem filhos? Não, não tenho. E vai ter quando?*” Para elas, este é um fato “natural”, já que ser mulher é quase sinônimo de ser mãe, impressão que se resumiu na resposta de Luciene: “*eu nasci para ser mãe. Eu adoro levar meus filhos na escola, na aula de inglês, de futebol!*”

A partir deste curso, então, ficou mais claro para mim, em contraste com o outro curso composto por alunas com um poder aquisitivo mais elevado, que, nesse curso e nas interações que ali acontecem, não há constrangimento em “assumir” que não há desejo em trabalhar fora de casa. Nesse curso, observei um tipo de feminilidade menos preocupado com a imagem a ser passada. As alunas parecem não se importar com o que

possam falar a seu respeito: “gostam mesmo é de cuidar dos filhos e da casa”. Nos cursos com público de poder aquisitivo mais alto, essa apreensão é maior; precisam mostrar que trabalham, nem que seja durante algumas horas do dia.

Dessa forma, o empenho delas me pareceu muito destinado ao cuidado “feliz” dos filhos, da casa, do marido. Esse é o sonho, sonho este que vai tomando contornos mais concretos à medida que podem desejar mais fortemente em ter a “casa dos sonhos”, como diz Katia.

Katia, 34 anos, casada, dois filhos e Luciene, 32 anos, casada, dois filhos com perfis muito semelhantes, logo que chegaram ao curso fizeram amizade, justamente por terem rotinas muito parecidas. Ou seja, não trabalhar fora e ter como incumbência o cotidiano dos filhos: aulas de futebol, balé, inglês, arrumar o lanche para a escola e, ao chegar em casa, auxiliar na tarefa das aulas. Demonstraram que vivem felizes assim e aceitaram que diante da vontade de “criar bem os filhos, dando-lhes boa educação”. Para elas, caberia aos maridos com maiores possibilidades de “sucesso”, inclusive financeiro, todas as despesas da casa. Mas em algo elas mandam e muito: na orquestração da casa. É sob a batuta delas que o ritmo doméstico flui e tudo se “harmoniza”. Nisso elas se assemelham às alunas dos outros cursos pesquisados: também acreditam que “os maridos não entendem nada de decoração de casa, nem estão interessados”. Adoram as revistas de decoração às quais me referi em capítulo anterior, mas acreditam que todo o tom da casa será dado por elas, pela escolha de peças que elas gostem, mais do que a regra imposta por um arquiteto. “As revistas servem mais pra gente ver o que está acontecendo nessa moda, as combinações, pra sonhar um pouco e depois a gente vê o que dá mesmo pra fazer!”, afirma Katia.

Assim, ao mesmo tempo em que iniciei essa reflexão trazendo à tona o imaginário que localizou durante tanto tempo as mulheres como criaturas “frágeis e submissas”, um hiato emerge fortemente das próprias falas delas. E, nesse caso, é desse substrato, que os poucos homens que ousam participar de um curso desses, nutrem-se e são “afetuosamente” “bem cuidados”.

## O valor dos “aromas” e dos gostos

“O nosso passado [...]está escondido, fora de seu domínio e de seu alcance, em algum objeto material (na sensação que esse objeto material nos daria) que estamos longe de suspeitar. [...]Assim] num dia de inverno, chegando eu em casa, minha mãe, vendo-me com frio, propôs que tomasse, contra meus hábitos, um pouco de chá. Ela então me mandou buscar um desses biscoitos curtos e reconchudos chamados *madeleines*, que parecem ter sido moldados na valva estriada de uma concha de São Tiago. E logo, maquinalmente, acabrunhado pelo dia tristonho e a perspectiva de um dia seguinte sombrio, levei à boca uma colherada de chá onde deixara amolecer um pedaço da *madeleine*. Mas no mesmo instante em que esse gole, misturado com os farelos do biscoito, tocou meu paladar, estremeci, atento ao que se passava de extraordinário em mim. Invadira-me um prazer delicioso. [...] Já não me sentia medíocre, contingente e mortal. De onde poderia ter vindo esse alegria poderosa?Bebi um segundo gole no qual não achei nada além do que no primeiro, um terceiro que me trouxe um tanto menos que o segundo.É claro que a verdade que busco não está não está nela, mas em mim. No entanto de súbito a lembrança me apareceu. Aquele gosto era do pedacinho de *madeleine* que minha tia Léonie me dava aos domingos pela manhã em Combray quando eu ia lhe dar bom-dia no seu quarto, depois de mergulhá-lo em sua infusão de chá ou de tília. Logo a casa velha cinzenta que dava para a rua, onde estava o quarto dela, veio como um cenário de teatro se colar ao pequeno pavilhão, que dava para o jardim, construído pela família nos fundos, pessoas consistentes e reconhecíveis, assim como todas as flores de nosso jardim, a boa gente da aldeia e suas pequenas residências, tudo isso que toma forma e solidez, saiu de minha xícara de chá”. (Proust, 2003:48-50)<sup>43</sup>

Ao tomar contato, a partir das entrevistas, com conteúdos que associavam o “esmero” nos lares às preocupações com a decoração e com os comportamentos “bem educados”, percebi que existia um algo a mais em cada interesse em ornamentar a casa, transformando-a em lar. Foi apenas com a percepção da importância do ingrediente “afetividade” imerso nas observações, assim como do valor concedido aos “aromas” que provinham da casa ou, melhor dizendo, dos “ambientes perfumados por aromatizadores”, ou do interesse pela concretização de receitas que agradassem o gosto, fosse dos membros

---

<sup>43</sup> Trecho extraído de *No caminho de Swann* (2003), o primeiro dos sete volumes da obra de Marcel Proust, publicada entre 1913 e 1927, intitulada *Em busca do tempo perdido*.

da casa, fosse de um visitante, que uma edificação, como me foi relatado, poderia tornar-se um “lar”. Lembrei-me, assim, do episódio das “madeleines”, conhecido universalmente e relatado, de maneira esplêndida, pelo literato Marcel Proust.

No fragmento destacado, o narrador deixa claro que muito de nossa história de vida pode passar despercebida pelo fato de poder ser resumida a objetos ou a elementos insuspeitáveis, caso a lógica de experimentação do mundo seja mais consumista ou mais pautada em coisas concretas, e não em sensações passíveis de serem guardadas na memória. Proust diz que um biscoito pode, sim, ser consumido pura e simplesmente. Então, o que se poderia dizer sobre a conquista de móveis e objetos que são eleitos para a decoração de uma casa, como bem me relataram minhas entrevistadas?

Assim, imbuída da percepção notada pelo episódio das “madeleines” proustianas que importavam mais por representarem uma relação com um mundo social e afetivo que emergia junto com uma lembrança associada a uma tia especial, a uma relação de carinho e respeito, juntamente com os arredores da casa, que o faziam lembrar das flores e da vizinhança e dos rituais enfrentados cotidianamente, das regras a serem seguidas, fiz desabrochar aqui a ideia de que o ato de consumir algo e elegê-lo como parte da experiência vivida pode representar bem mais que cifras.

Tal observação torna-se importante por retirar, mais uma vez, a busca pelo “refinamento” do terreno das futilidades ou vaidades, especialmente, femininas. Há um algo a mais que transforma e dá vida ao consumo de bens materiais, que os transformam, mantendo vivas nas memórias elementos que ultrapassam o simples cumprimento de regras, seja para as casas, seja para as pessoas.

Juliana, 43 anos, casada, um filho, dona de casa, afastada temporariamente das atividades profissionais, demonstra que, ao enfrentar uma crise conjugal, começou a pesar o valor de tudo em sua vida, inclusive da “ornamentação” da casa. Antes, muito inserida na vida social campineira, passou a estimar com vigor os pequenos costumes e encontros com sua própria família e amiguinhos de seu filho de cinco anos. Em sua visão, antes desse revés, sua casa encontrava-se em “profundo abandono”, pois depois de sua última reforma, em 2000, nenhum reparo tinha sido feito, quanto mais com respeito à decoração. No entanto, mesmo após esse tempo de afastamento das necessidades domésticas que julga longo, atualmente não se preocupa em expor “revestimentos” ou objetos “requintados”,

pois acredita que essas são coisas utilizadas para “mostrar poder e dinheiro”, valores que não são mais importantes em sua vida. Deseja “morar bem”, em uma casa que ela define como “gostosa e confortável”, conforto esse reconhecido pela escolha de “mobiliários” “aconchegantes”, mas não “luxuosos”.

Ter um “tapete persa” sobre o qual não se possa pisar ou que os amiguinhos de seu filho e ele próprio não possam brincar em cima dele não faz parte de sua lista de desejos de consumo, já que o que importa para ela hoje é a qualidade das relações, e não a quantidade, que poderia advir de uma casa “suntuosamente” decorada.

O que ela demonstra ter afeição é por uma casa mais “rústica”, mais simples e que ela entende como envolta por árvores, um jardim amplo, objetos nos quais a família e os amigos possam usufruir “bons momentos”. Peças que possam “sujar” ou “quebrar” estão excluídas, pois, segundo ela, “são lindas nas revistas, mas precisam ter a cara do dono da casa”.

Dessa forma, para demonstrar que o afeto pode estar acima dos interesses por consumo e para que possamos perceber melhor essa reflexão, convido à leitura do trecho de minha entrevista com Juliana:

[sua conversa comigo começa da seguinte maneira]: Quando começamos a construir tivemos problemas com o engenheiro e a decoradora contratados; enfrentamos erros na construção etc. [Mas em pouco tempo de conversa, resolve me contar como decidiu se matricular num curso de decoração, as adversidades enfrentadas em sua vida, especialmente conjugal, os detalhes da inserção do filho nesse relacionamento, do nascimento dele, das mudanças enfrentadas com sua chegada, do abandono dela como mulher tornando-se mais gorda, relaxada, já que o que mais importava era ser mãe].

[Ela me diz]: Uma crise conjugal desaba um lar. (sua voz foi ficando mais baixa e quase sumindo da gravação). [O que seria um lar?]. Ah! O lar tem que ter carinho, contato, companheirismo, união. A mãe é o centro do lar, o equilíbrio. Porque a gente é a parte carismática. Porque o pai está mais na rua do que dentro de casa. Eu passei por isso. Quando eu trabalhei o tempo todo percebi que não é fácil você sair o dia inteiro e ainda dar apoio para a lição de casa do filho. Porque quem fala pra mim que consegue trabalhar fora de casa, estar linda e maravilhosa e ainda ser uma excelente mãe está mentindo. [Você acha que exige uma escolha?] Exige e geralmente alguém fica pra trás. Ou é você como pessoa, ou é o seu trabalho ou é o seu filho. Trabalhar fora é gostoso? É, mas meu filho sofre muito, então hoje ele é a prioridade.

Todo mundo aqui era muito ocupado e no meu caso eu tinha um marido que passava de vez em quando em casa, viajava demais e quando chegava se trancava no escritório e tinha a vida dele. Eu trabalhava fora, demais, porque para ganhar dinheiro nesse mundo da decoração tem que estar nas rodinhas, no buchicho, senão você vai ter um cliente ou outro, mas não é isso que dá grana. Então era cada um vivendo a sua vida até que chegou o momento de explosão e quando você acorda já não é mais um casal. Uma casa gostosa é muito gostoso! [como é isso?] É gostoso chegar numa casa ter flores no vaso, cheiro de bolo saindo do forno! É importante! Porque é seu lar! Meu filho, por exemplo, quando está aqui com os amiguinhos, ele adora (falou com super ênfase!): eu faço pipoca, eu faço pão, bolo! Eu ponho a mesa e aí senta todo mundo! Isso é interagir com sua família. Eu gosto de saber com quem ele está, o que os amigos gostam, o que eles pensam! A gente joga junto! É importante isso! Por isso que eu te falo: não pode uma mulher que está nem aí! A mulher é muito importante nessa hora, porque é muito difícil um cara que cuide desse lado! Sabe, sua casa está cheirozinha, com tudo em ordem; você faz uma comida gostosa! É saber que seu filho gosta de um macarrão e aí você chega e faz; seu marido gosta de um peixinho frito você pega e faz! Então a pessoa fica com vontade de ir pra casa! Tem que sentir vontade de ir pra casa, de estar na sua casa, porque se não sentir isso, qualquer lugar está bom! O melhor lugar do mundo pra você é sua casa!

Assim, a revelação de que os “aromas” seriam elementos de grande valor na dinâmica não simplesmente, das casas, mas da manutenção dos vínculos familiares nos lares foi muito significativa. Entretanto, aqui a noção de “aroma” é atravessada pelos vetores gênero, classe e sexualidade.

O que quero dizer é que valorizar, no campo dos “refinamentos”, o “aroma” que envolve não apenas os ambientes, mas também as relações é algo que se apresenta de maneira muito edificante por estabelecer a sensação de estrutura, de solo confiável sobre o qual se pode pisar. E como não se poderia deixar de notar, converte-se em estruturas estruturadas pelas mulheres ou por uma feminilidade “cuidadora”, que não se importa, na maioria das vezes, em tornar os encontros domésticos mais afetivos por sua própria conta e responsabilidade.

No entanto, a referência aos aromas pode ser vista de forma mais polêmica, evidenciando que as malhas do “refinamento” acolhem outros tipos de feminilidade que, inclusive, tentam implodir as tentativas de construção de um mundo “perfeito”, pautadas no

“bem morar” ou no “bem comportar-se”. Esses abalos podem ser vistos na fala de Tania, 50 anos, solteira, sem filhos, aposentada, estudante de Arquitetura, homossexual e aluna do “curso da M.P.M.”. O que fica presente na fala dessa entrevistada é que o perfil de feminilidade que ela lá enxergou está em dissonância com o seu: de mulher independente e pouco afeita às modulações que estariam para ela associadas à manutenção de um status elevado. Fica também presente a fragilidade dessas mulheres em personificarem uma diplomacia, principalmente em relação aos maridos, em prol de um lugar no mundo “refinado”, pois estariam lá em busca, basicamente, de contatos, de participação na rede social dos “refinamentos”. Sua fala é amplamente contestadora, ao mesmo tempo em que deixa entrever um incômodo referente a localizadores mais legítimos que o dela naquele círculo social: por exemplo, a hegemonia e cobrança por uma escolha pela heterossexualidade, além disso, “refinada”. Destaco a seguir um trecho de conversa com Aparecida a respeito de suas reflexões acerca daquelas mulheres:

D: Você me disse que não se identifica com o público freqüentador desse curso, que características ele teria?

E: São pessoas que conseguem viajar ao exterior, levar seus filhos à *Disney*, ter uma boa casa em um condomínio fechado, que diz que o marido é diretor de empresa ou coisa do tipo; o que dá um certo status. Por outro lado, eu vi mais de uma vez a secretária subir para dar recados para as alunas antes do intervalo dizendo: olha gente quem não acertou ainda a mensalidade, por gentileza, passar na secretaria, mas quem já o fez desconsidere.

Então, de repente, estar no curso já é status nem que ela tenha que arrancar do marido a fórceps a mensalidade; são os contatos; é você chegar em uma festa e dizer: ah, eu fiz o curso do Marchand D’Art...chique né....chiquíssimo, mas este tipo de coisa não combina comigo.

Eu te diria que um grande número está ali por status. Você vê a M.P.M. falando sobre a forma de se conhecer boas peças é ir a leilões, antiquários Fakiani e aí uma das meninas levanta a mão e diz: estive com ele ontem, falamos de você!(Aparecida ironiza nesse momento). Então eu fico olhando aquilo e pensando: que mundo diferente do meu! Talvez estejamos aqui por motivos diferentes, mas talvez nem sejamos tão diferentes assim na essência.

O que me parece é que aquele público não é de mulheres independentes; financeiramente independentes. Por exemplo, o meu perfil: eu sou solteira, sou financeiramente independente, eu toco minha vida praticamente sozinha apesar de eu ouvir muito o que minha companheira

fala, porque moramos cada uma na sua casa e este não parece ser o perfil do público alvo do curso. Eu consegui conversar com poucas pessoas do curso porque elas são bem fechadas, mas o pouco que eu consegui falar deu para perceber que em casa há um chefe da casa, elas são as esposas comprometidas com o bem receber, bem aparecer, tanto que a M.P.M. diz: tudo que vocês ouvirem aqui vocês cheguem em casa e contem aos seus maridos para vocês gravarem. Tem coisas interessantes, porque mesmo que o marido chegue em casa e encontre a esposa cheirosa e arrumada as vezes não tem nada dentro, então ela precisa sim durante o dia fazer alguma atividade, um curso que lhe dê algum amparo.

Com uma fala bem afiada, Tania enxerga, de maneira polêmica, uma versão de feminilidade que a seu ver não teria nenhuma proximidade com mulheres detentoras de algum poder, nem mesmo o doméstico, já que toda a decisão – pautada especificamente no financeiro – viria dos maridos fieis depositários, estes sim, do poder real. Não encontra ainda nenhuma familiaridade com o perfil feminino que lá se depara e o tipo de “perfume” que usam também não cria nenhuma espécie de “aconchego” ou “segurança”, já que tudo para ela parece muito “fake”, forjado, encenado. Retomando o sentido dos “aromas”, aqui evocados de maneira diversa da de Juliana, estes passam ao largo de alguma possibilidade edificante, de alternativas para que essas mulheres pudessem criar alguma aura de “conforto” podendo, assim, alocar-se nas memórias dos entes queridos.

Aparecida deixa entrever, ainda, sua contrariedade em relação à absorção de um idioma, de uma linguagem que se constrói durante as aulas de maneira a tentar converter o aprendizado das regras de decoração em poder feminino, mas admite a existência da manutenção de uma rede de relacionamentos pautada no “refinamento”, a sociabilidade que lá se constrói e que se traduz pelo compartilhar de elementos similares e de signos condensados na participação do “curso da M.P.M.” onde buscariam prestígio e inserção em uma rede “privilegiada” de amigos.

Entretanto, é importante notar que apesar de Aparecida ter procurado e se matriculado nesse curso e lá permanecer, apenas durante metade dele, por não se identificar com a forma como os conteúdos eram transmitidos, além das percepções que já foram mostradas, ela mostra com seu impulso de inserção o reconhecimento da “existência” e da

“importância” concedida a determinados valores em meios sociais mais abastados que possa a vir a ter contato quando de sua formatura como arquiteta.

Um ponto dissonante que aparece em relação às alunas dos cursos de etiqueta coloca em destaque a diferença de comportamento entre as mulheres que possuem um poder aquisitivo mais elevado e também um capital social diferenciado, muitas vezes, não tanto pelo curso superior que fizeram, mas pelo próprio perfil da família, que possibilita que, ao menos uma vez no ano, façam viagens de férias pelo Brasil ou pelo exterior nos EUA, Itália, Espanha e França, dentre os destinos mais citados. As alunas dos cursos do SENAC, por exemplo, que são mais baratos, por isso composto por um público mais heterogêneo, demonstram um tipo de feminilidade onde o que se destaca, pela falta de “traquejo” e de situações nas quais necessitem colocar mais amiúde em prática as regras de “refinamento”, é também um desejo de receber familiares e amigos com muito carinho, mas o que prepondera é a preocupação com o cumprimento “à risca” das regras de etiqueta, o “medo de errar”, fato que engolfa, de certa maneira, a consecução apenas “afetuosa” dos encontros.

### **“Os pratos Fracalanza de mamãe”**

Desde a primeira vez que ouvi Flavia se lembrar dos “pratos Fracalanza” de sua mãe, considerei que alguma reflexão significativa poderia dali emergir. Inicialmente, enredada pelas teias da afetividade na qual Fernanda me inseriu ao compartilhar comigo sua admiração pela mãe, ponderei que tais utensílios eram usados apenas por sua praticidade, como ela mesma havia me levado a pensar, ou seja, por serem de inox não correm o risco de sofrerem alguma perda, uma quebra. Eu ainda não tinha as informações adicionais que localizavam tais objetos na idéia de “bons representantes” de uma posição social elevada, como era o seu caso. Ainda na década de 1950, ela era filha única. Sua mãe trabalhava contra a vontade de seu pai em uma loja de aviamentos e seu marido era fiscal

de renda. A indagação preferida do pai diante da vontade dela e de sua mãe trabalharem fora era sempre: “Está faltando alguma coisa para vocês?”.

No entanto, a mãe de Flavia veio a falecer, de câncer, na década de 1990, momento em que vivia com grande alegria e pouco tempo depois de deixar a casa da praia que possuíam do “jeitinho” que ela gostava; “tudo bem decorado”. Flavia parece ter represado suas emoções e passou a utilizar, sem dar muita atenção, os pratos Fracalanza, assim como sua mãe utilizava. Durante muito tempo, até recentemente, esses eram os pratos mais usados na casa, pois as porcelanas, inclusive aquelas que recebera de casamento, estavam guardadas “a sete chaves”. Foi quando seu futuro genro, durante um almoço, dirigiu-lhe uma piada que a retirou do espaço de “conforto” no qual vinha vivendo: “*Esses seus pratos são do Rei Artur?*”. Seu escárnio foi atemorizante, e desde esse dia ela passou a questionar-se a respeito das dos arranjos domésticos, de seus próprios interesses, o que culminou com sua entrada para o curso de decoração.

Hoje estou olhando um pouco mais para minha casa; porque até então era o ponto onde eu vinha dormir, ver meus filhos, etc. Eu não sou cheia de frescura então tem horas que eu vejo a M.P.M. falando umas coisas....[quais?]Por exemplo, coisas cheias de detalhes sobre o servir, coisas que quando eu faço é quando tem mais gente, mas é aquela coisa de colocar no aparador e sirva-se, fique a vontade. Preocupações com copos eu nunca tinha tido muita, pois eram da minha avó e eu tinha pena de usar por ser coisa antiga, poderia quebrar como um dia aconteceu: meu marido derrubou um copo desses na pia da cozinha e foi-se. Ou o aparelho de jantar do meu casamento, que agora é o que eu estou usando, foi através do curso que comecei a fazê-lo, pois é como a M.P.M. diz: não é para ficar guardando as coisas, é para usar com sua família, no dia a dia. Aquelas coisas antigas de jogo de cristal de 12 peças que hoje não existe mais porque vendem de meia dúzia. E isso foi através do curso que eu tô vendo essa importância.

Os pratos de inox (antigamente chamados de Fracalanza): minha mãe, cansada de ver as empregadas quebrarem seus “valiosos” pratos de louça, pratos que contavam uma historia familiar, teve a feliz idéia de comprar pratos que não quebrariam jamais – os pratos de inox - e eu continuei usando como ela, em minha casa. Não havia perigo nem que a empregada quebrasse nem que minha família quebrasse. Até que um dia, o namorado de minha filha veio jantar na nossa casa e brincou dizendo que aqueles eram os pratos do Rei Arthur. Não entendi muito bem quando ele falou, até que comecei a retroceder no tempo que ele estava falando e sobre as pessoas daquela época: comiam e bebiam em pratos e copos de ferro. Foi aí que me toquei e pensei: vamos mudar, eu não tenho apenas um

aparelho de jantar e vou colocar outros em prática. Na verdade eu pensava muito na praticidade e o curso tem me despertado coisas muito interessantes.

[A M.P.M. fala muito no curso da importância da elegância e do “bom gosto”, tanto na casa como na própria aparência, o que você acha?]

Não me preocupo tanto com a aparência, na casa faço o que posso, limpo quando é possível, ou chamo a faxineira uma vez por semana só, pois não quero ficar trombando com gente na minha casa. Tem dia, com relação aos meus trajes, que eu quero ficar eu na minha casa! [E como seria isso?] Quero ficar de chinelo de quarto- e se eu falar isso para a M.P.M. é capaz dela arrepiar! [Porque?] Porque do jeito que ela fala, a gente tem que estar sempre impecável. A situação que eu vejo é o seguinte: eu tinha uma prima que o marido não permitia que ela ficasse sem salto alto em casa, na hora que ela levantava já tinha que se colocar impecável e depois de 20 anos casada o marido deu-lhe um pontapé. A M.P.M. até comentou que tem que dormir bem arrumada, de camisolinha, só que a camisola que eu gosto é a de malha e não de seda que ela fala tão bem porque estou na menopausa e sinto muito calor e aquilo gruda, não dá. O que eu acho é que meu marido tem que gostar de mim do jeito que eu sou; se eu me emperequetar para dormir não serei eu. Por exemplo, outro dia estava superquente, e eu me vesti toda de preto coloquei um broche lindo que eu havia ganhado na minha adolescência e fui para a aula. E tem dia que você se sente bonita, e eu tinha vergonha de me achar bonita. Cheguei em casa e meu marido me perguntou onde eu tinha ido toda de preto e eu disse: Mas eu não estou linda? Então, ultimamente ele deve estar achando que eu estou meio louca, mas fazer o que? E essas transformações foram a partir do curso. Porque eu sempre me arrumava, mas não era para mim, era para os outros.

É interessante notar, entretanto, que esses utensílios Fracalanza estiveram mais fortemente associados a um status social elevado, especialmente na década de 1950, momento em que sua mãe vivenciava sua juventude. Nessa década, esta marca ficou famosa entre as famílias mais abastadas por introduzir produtos de utilidades domésticas bastante sofisticadas para a época. Talhados em aço inoxidável, os lançamentos englobavam baixelas e talheres prateados, trazendo assim para o consumidor brasileiro o que até então existia apenas no exterior. Com altos preços, esses artigos passaram a ser, ao mesmo tempo em que limitadores, reveladores de um status social elevado de quem os possuía.

O discurso de Flavia chama a atenção por destacá-los pela praticidade, mas não pela associação com uma posição social elevada, o que tornou essas peças para mim algo instigante. Pareceram a mim lembranças de momentos felizes que estavam encerrados

nesses pratos, muito mais do que eles puderam, um dia, ter representado no instante de sua compra e, mais ainda, que a simples “praticidade” por ela evocada. Sua maneira de se remeter às louças de seu casamento ou àquelas que são herança de sua avó e, por isso, envolvidas por tanto “zelo”, me fazem lembrar dos objetos impregnados de emoção oriundos da “arca da vovó”, dos quais falei lá no capítulo sobre os manuais. Assim, as histórias e as alegrias em família talvez não morressem e não seriam enterradas junto com sua mãe.

Retomo aqui as noções de que o consumo ou a valorização de algum bem doméstico ultrapassam a importância material, pois, como se vê, mesmo que existam cobranças a respeito do que seria mais “elegante” como utensílios domésticos ou como roupas mais “refinadas”, a escolha é feita pelo mais “confortável” ou “afetivo”.

Por outro lado, as afirmações de Flavia me convidaram também a refletir sobre o distanciamento, muitas vezes, existente entre as “pregações” dos cursos e o que os sujeitos praticam no reduto de seus lares.

Silvana, a entrevistada já apresentada anteriormente, confirma parte de seu desconforto com os conteúdos e abordagens ensinados no curso de decoração e o descompasso – não desinteresse de sua parte – entre o que M.P.M. ensina e o que poderia ser praticado:

Eu até comentei com a Janine [colega de curso] que eu não tenho nada contra, mas eu tenho uma vida muito simples. Eu não andaria remendada, não é nada disso. Mas eu não compraria para minha casa uma almofada de mil reais. Eu não compraria para minha casa uma cadeira de cem mil reais porque eu não gosto disso. O que eu acho é que tem gente que vai ao curso para ver se faz daquilo uma profissão, para que possa ganhar mais dinheiro; tem gente que vai lá para passar o tempo, para conhecer um pouco mais de decoração. Eu fui ao curso buscar alguma informação. O importante pra mim é me sentir bem no ambiente. Agora, ela só dá exemplos de coisas caras e tem gente ali que não tem condições. Eu não convivo na nata, nem gosto, não é o meu estilo.

Eu não preciso estar num hotel cinco estrelas. Nós gostamos de viajar, conhecer cidadezinhas históricas que não conhecemos, chegar e procurar uma pousada e lá ficar. Eu não preciso estar dentro de um lugar *glamouroso* para ser feliz. Eu posso conviver com gente muito rica, porém ocas. Eu gosto de conviver com pessoas que podem trocar comigo e com quem eu possa aprender. Eu não preciso dizer que eu tenho bens

materiais; prefiro viver no anonimato. Nossa família é muito pequena e os valores pra gente não são de ostentação.

Eu acho que a gente tem que saber um pouquinho de cada coisa. Normalmente, eu e meu marido, comemos na cozinha; temos hábitos mais simples. Eu não tenho esse hábito de ter que sentar a uma mesa linda todo o dia. Será que a pessoa tem condições de sentar a uma mesa linda todo o dia? Usar porcelana de não sei quantos anos para jantar? Eu acho que Pompéia às vezes usa uma linguagem para uma classe social muito alta, a nata. Eu acho que ela sabe muito, mas às vezes ela viaja. Mas não sei se ela vivenciou. Se ela não vivenciou, ela estudou muito. Eu admiro sua inteligência! Adoro as aulas. Mas tem uma distância entre o que ela diz e o que as pessoas vivem.

Às vezes me incomoda isso na M.P.M., que ela incentiva coisas do tipo: custou uma fortuna! Ou quando ela fala que se não puder comprar, colocar uma decoração bonita na sua mesa, não compre nenhuma. Eu acho que eu posso escolher algo que eu goste e não que custe muito caro e nem por isso deixa de ser bonita. Ela fala de coisas que a maioria dos brasileiros não tem condições. É preferível ter uma televisão de vinte e nove polegadas e não uma de plasma. Porque o que adiantaria ter uma dessas da última moda, sofisticada, mas também não poder sair para lugar nenhum mais e ficar pagando prestações a perder de vista. E o que eu e meu marido gostamos é de viajar muito! [E porque você gosta de viajar?] Porque traz cultura. Geralmente Minas e Nordeste. Fomos buscar história sempre.

Não é colocar uma mesa para o seu convidado, cheia de rococó, onde todo mundo se observa. Mas deixar todo mundo sentindo-se bem. Eu gosto é do simples. Quando faço algum jantar para amigos e combino o guardanapo com o cardápio não é coisa *chic*, mas é porque eu gosto de deixar as pessoas sentindo-se bem. As pessoas conhecem você quando conhecem sua casa. É um carinho.

Às vezes a gente está aqui e pega umas revistas, guias turísticos e seleciona um restaurante: vamos lá ver como é? Vamos!

A afetividade é um elemento muito presente nas falas, mas não deixa de transparecer uma certa apreensão, especialmente quando não existe muita “intimidade” entre as pessoas em momentos em que o elo de familiaridade não está ainda consolidado. Então, para Flavia talvez existisse já entre sua família e o futuro genro, mais “intimidade”, pois já possuíam um vínculo de convivência que vinha da frequência ao mesmo Centro Espírita. Logo, os “pratos Fracalanza de mamãe” seriam o sinal de sua integração naquele núcleo familiar. No entanto, para o futuro genro, a “intimidade” parecia estar em formação e aquele tipo de utensílio mais o agredia do que o convidava à permanência.

De qualquer maneira, é relevante assinalar que a “afetividade” está relacionada a mais que a busca irrefletida por objetos ou comportamentos que evidenciem uma colocação

social vantajosa, visualização da complexidade que possui o público aqui destacado. Mostram-se, assim, pessoas interessadas, também, em capital cultural, em histórias de vida, em costumes peculiares e, especialmente, imbuídas de um desejo por conhecer os interiores e os exteriores tanto da etiqueta quanto da decoração. É significativo destacar que esse tipo de perfil emerge dos cursos mais caros, nos quais as alunas possuem um nível de vida que possibilita uma abertura intelectual maior a representações que os conteúdos do “refinamento” possam ter.

Mais que isso, os relatos de Flavia e Silvana encontram um ponto de intersecção no sentido de possibilitarem a elas uma forma de sociabilidade. As faixas etárias nas quais elas se inserem, entre 40 e 50 anos, o fato de ter filhos crescidos, no caso da primeira, e a ausência de filhos, para a segunda, parece fazer uma diferença grande em suas vidas. Mostram um perfil que reconhece uma multiplicidade de significados que são acionados pois suas preocupações vão além das buscas por regras pura e simplesmente<sup>44</sup>. Fernanda que antes de frequentar o curso levava uma vida mais direcionada ao trabalho, passa a reconhecer a importância de outras cores, de se valorizar como mulher que mesmo fazendo parte de uma faixa etária mais madura e sentindo concretamente as modificações e os calores típicos de uma nova fase em sua vida, não esmorece, pelo contrário, encontra sua beleza.

Outro ponto que também as aproxima é o olhar que possuem sobre o que a professora ensina no curso. Ambas ao falar sobre a experiência de aprender mais sobre “refinamento” expõem que enxergam um hiato entre o que é transmitido e o que é realmente praticado no cotidiano delas. Parecem perceber uma rigidez muito grande nos conteúdos propostos nas aulas. Saem do curso com ferramentas que permitem que reconheçam as características de um ethos “refinado”, mas é a cargo delas que fica o momento de acioná-las ou não. Tanto é que quando Silvana me recebe em sua casa e me oferece um cafezinho, me convida a acompanhá-la até a cozinha. Lá me mostra a geladeira repleta de imãs que representam muitas viagens que ela e o marido fizeram, assim como,

---

<sup>44</sup> É interessante ressaltar aqui as análises desenvolvidas pela antropóloga Guita Debert sobre a multiplicidade de significados que podem abarcar as pesquisas que tem como ponto central marcadores de geração. Seu grande achado nas pesquisas sobre velhice, por exemplo, apontam uma imagem muito relevante que é o “desmanche da conexão entre a idade cronológica e os valores e os comportamentos considerados adequados às diferentes etapas da vida”(2003:155).

me relata que é ali que almoçam, jantam ou tomam o café da manhã. No fundo, ambas me convidam, cada uma a sua maneira, a olhar mais de perto para o modo como elas vivem.

### **A armadura do castelo de *Carcassonne***

Como pudemos perceber, a questão dos afetos que começou a se insinuar no primeiro tópico deste capítulo, com os valores presentes na seleção da “ornamentação” da casa de maneira mais “rústica”, pontilhada pela lembrança dos pratos preferidos de maridos e filhos, teve seu ápice na escolha pelos “pratos Fracalanza de mamãe”, espécie de “armadura” selecionada dentre tantas outras. Todavia, é importante ressaltar que os tópicos representam os diferentes ângulos pelos quais a categoria “afetividade” é agregada à malha dos “refinamentos”.

As relações que as pessoas mantêm com o “refinamento” evidenciam que mais do que os valores pautados em posição social ou de classe e consonâncias entre os modos de viver e um status elevado, está a manutenção de hábitos e escolhas por ambientes que tragam lembranças de momentos compartilhados em família, e resumidas e condensadas nas peças decorativas. Assim, o sentido enfatizado aqui é o da visão. Lá no tópico “o valor dos aromas e dos gostos” era o olfato.

Não se quer dizer com isso que os objetos decorativos não tenham uma importância social e econômica, mesmo porque não é possível se desvincular dessas representações no universo dos “refinamentos”.<sup>45</sup> Mas é pertinente observar o que um objeto pode dizer sobre o estilo de vida de um proprietário. A imagem, a seguir, capturada na casa de Tania, entrevistada já apresentada anteriormente, demonstra que objetos tomados como signo de

---

<sup>45</sup>Aqui é importante salientar o estímulo e as contribuições que vêm de Pierre Bourdieu acerca dos gostos e das escolhas que regem, de alguma maneira, as regras desse mercado, também de consumo, de bens simbólicos composto pela etiqueta e pela decoração. Cabe, então, assinalar a relação entre o capital econômico e o capital social e cultural que é dada pela noção de *habitus*, ou seja, um conjunto de disposições, mais que capacidades, construídas ainda no seio familiar ou conquistadas em âmbito escolar, formadoras e influenciadoras das maneiras pelas quais os objetos, os comportamentos, os mobiliários, os quadros e toda a sorte de decoração que será escolhida mediante este cabedal. Dessa forma, pode-se dizer que os objetos que compõem a decoração de um lar não encontrarão seu lugar apenas pelas condições financeiras que possibilitaram sua aquisição, mas, também, por outros elementos indispensáveis a sua compreensão e localização no espaço doméstico (Bourdieu, 1979:174).

distinção por serem procedentes de antiquários, como é o caso da armadura francesa do castelo de *Carcassonne*, pode sintetizar mais que uma “boa condição” de vida, fazendo lembrar importantes momentos afetivos. A armadura foi presente de uma amiga que era proprietária de um antiquário e essa é a maior justificativa para que esse tipo de objeto permaneça em sua sala.



(sala de estar da casa de Tania)

É o que fica evidenciado na casa de Tania. Sua escolha pauta-se por uma decoração que leva em conta o “rústico”, e não a obrigação de estar em consonância com algum padrão pautado em poder aquisitivo. Os quadros desalinhados mostram, mais que a “simetria” cobrada pela decoração, a história de sua vida. Em primeiro plano, a armadura do castelo de *Carcassonne* representação “de uma época muito feliz”.

Dessa forma, é possível afirmar que as alunas demonstram consciência ao optarem pela permanência entre um objeto e as regras de “bem decorar”, decisão direcionada pelo “afetivo”, pelas histórias ali depositadas. Essas mulheres mantêm-se como fiéis protetoras

das lembranças familiares ou, mesmo, individuais. É relevante dizer que há dissensões no sentido de querer tornar a casa um espaço que possa ser “finamente” exibido, pois há, sim, pessoas empolgadas pela competição entre a casa mais “ricamente decorada”.

A observação de que seriam mantenedoras também das histórias presentes nos objetos é algo que vai além das fronteiras sociais. As lembranças, as memórias guardadas no reduto dos lares, não estão relacionadas ao desejo e à cobrança de inserção social. Aqui, o que emerge não é a escolha do *chic* pelo *chic*, ou seja, um consumo pelo puro valor econômico, mas a preferência por associações afetivas.

Gilda, 51 anos, separada, dois filhos, nascida no Irã, comerciante de tapetes persas, aluna do “curso da M.P.M.” é outra entrevistada que opta por uma decoração “afetiva”. Segundo sua lembrança, a importância conferida à etiqueta, ou seja, essa preocupação com hábitos mais “elegantes”, não foi herança de sua família. Ela afirma que sua mãe não tinha esse tipo de interesse. Tudo era muito simples em sua casa: *“Lá na casa de minha mãe não era desse jeito não! [referindo-se ao ‘refinamento’ dos hábitos e escolhas]. A jarra usada era de plástico mesmo e ninguém ligava com isso. Fui aprender essas coisas na família de meu ex-marido, com sua avó que era de descendência alemã. Aprendi a importância dos pratos nos lugares certos, os talheres, guardanapos, etc. Você vai percebendo que comer em um prato mais bonito é muito melhor porque as coisas bonitas devem ser usadas e fazem bem pra gente. Se você pega uma porcelana chinesa dessas [ela mostra uma] você sente a diferença, fora que ela já está há muito tempo com a gente!”*

Pelo fato de seu ex-marido não apenas ter tido uma formação universitária, como arquiteto, mas também por apresentar uma bagagem cultural e social oriunda de sua família, Gilda, ao conviver nesse tipo de ambiente, passou a absorver muito da importância concedida ao aprimoramento dos comportamentos. No entanto, nem por isso, por suas facilidades econômicas, passou a escolher os objetos de decoração guiada apenas pelos valores econômicos. Ela vasculha sua memória quando questionada sobre os variados objetos que possui em sua casa e conta:

Quando eu me mudei para esse apartamento eu morava em uma casa. Os móveis que eu tinha não couberam muito bem aqui. Os quadros também,

lá eu tinha mais espaço para os quadros. [Como foi a escolha dos seus quadros?]

Nenhuma eu comprei em antiquário. A maioria é obra de meu ex-marido. Ele é arquiteto, pinta e faz poesia. Ele fez dois quadros para os nossos filhos e todos os quadros têm um significado e como ele participava de salões de arte ganhávamos muitos quadros.

A escolha que eu faço dos quadros não tem nada a ver com preço ou se o pintor é famoso ou não. Faz parte de uma história com a qual me identifico e que me identifica com a pessoa que pintou. Tem muitas coisas no curso da M.P.M. que eu já gostava e eu só confirmei: por exemplo fotos. Fotos que tem a ver comigo. Adoro porta-retratos. Eu viajo muito então eu sempre tenho uma lembrança dos lugares. Tenho muita coisa, que talvez em termos de decoração não seria adequado. [Porque?] Porque ela diz que é para ter poucas coisas e não encher de objetos. Eu também gosto do ambiente mais *clean*, mas devido ao fato de eu viajar muito para o exterior acabo trazendo coisas, tem as lembranças dos amigos, dos lugares por onde passei. (Gilda)

A fala de Gilda remete à ideia de que nem o fato de ser uma pessoa com condições de vida elevadas, moradora em um prédio de apartamentos individuais e suas posses estarem associadas à venda de tapetes persas, sabendo que seus preços são altíssimos, nem assim as regras são seguidas rigorosamente *per se*.

No momento em que as lembranças falam mais alto, os rigores com etiqueta e decoração arrefecem. Esse raciocínio é exemplificado também por meio da conversa com Ione, uma entrevistada que conheci no curso de decoração do Senac-Campinas.

Ieda, 56 anos, professora de língua portuguesa aposentada, casada, duas filhas, uma delas residente no Texas, interessou-se em fazer aulas no curso de decoração do Senac-Campinas. Ela relata que fez várias viagens para o exterior: Itália, Espanha, EUA. Mora em Araras, cidade onde nasceu, perto de Campinas. Ela vem de uma família em que o pai tinha uma indústria de farinha de mandioca na região de Boa Esperança do Sul, cidade próxima a Araras, interior de São Paulo.

Pertencente a uma “família de posses” constituída pelos pais e seis irmãos, segundo relata, sempre teve uma “vida boa”, acesso à educação e “bons hábitos”. Seu pai sempre foi muito rígido. Então, cobrava muito o “bom comportamento” dos filhos. Ninguém se sentava à mesa para jantar de pijama, por exemplo. Todos tinham que estar vestidos “direito”, com certa formalidade, pois “pijama é para colocar na hora de ir dormir”. Assim,

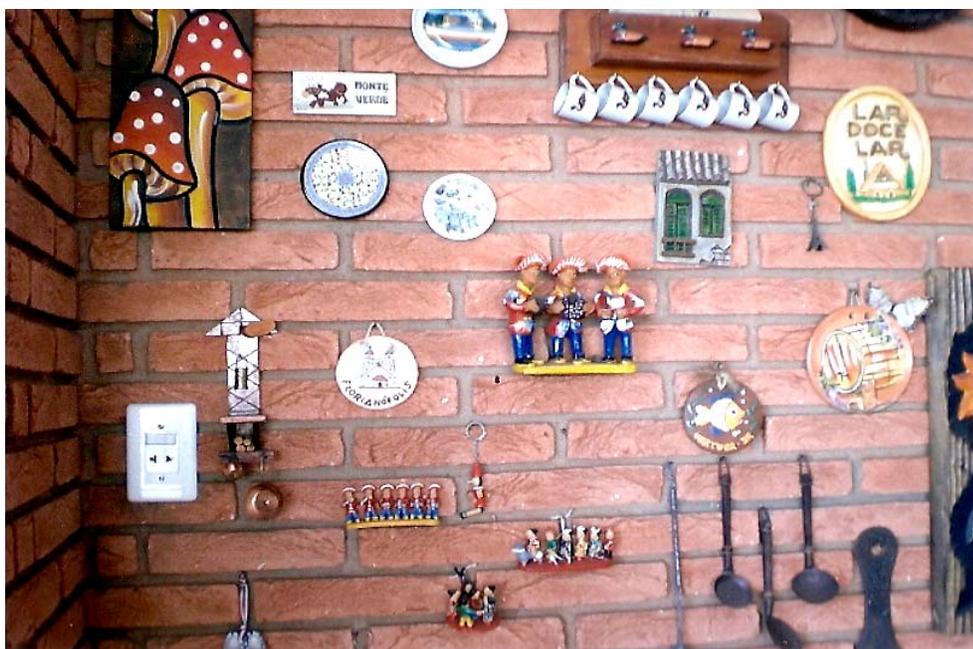
ela demonstra, por meio de sua história de vida, ter crescido em um ambiente que possibilitava o “bom gosto”, pois seu pai sempre foi “impecável” em seus comportamentos. Sua mãe faleceu muito jovem, com 38 anos, em decorrência de um câncer no útero.

Quanto à família, Ieda afirma que são muito unidos e que ela sempre gostou de organizar a casa, deixar tudo “bem bonito”. Afirma: *“Isso é meu. Eu sou assim, tanto que as pessoas vivem falando que eu poderia ser decoradora, porque levo muito jeito”*.

Durante o diálogo, ela confirma que até que gostaria de trabalhar na área de decoração, mas depois de ter trabalhado 27 anos área da educação, aprecia esse tempo que tem para ela. Além disso, seu marido, também aposentado, mas que continua trabalhando como representante comercial, tem como função viajar pela região próxima a Campinas e Araras como vendedor e ela o acompanha. “Estar com ele é um grande prazer”. Se arrumasse um trabalho, mesmo na área de decoração que ela adora, teria que abdicar da companhia que faz ao marido e que ela tanto gosta. Então, com as duas aposentadorias e mais o salário atual do marido que, segundo ela, é muito bom, ela não precisa se preocupar em trabalhar. Ela atua em relação ao marido como sua “co-pilota”: atende o telefone enquanto ele dirige, anota recados, e, de quebra, vai passando por lugares “bem legais” como Lindóia, Serra Negra e mesmo Campinas, onde uma de suas filhas tem uma casa.

Ela demonstra pelas fotos que me apresenta o seu “capricho”, sua “dedicação”, “aquele é o canto de sua família”.

Contudo, por viverem com uma condição econômica mais favorável, sua filha mais velha defende que poderiam “comprar uma casa mais *chic*, maior, ‘mais bem distribuída’ em um condomínio fechado”, mas sua filha mais nova não concorda. Ione, por sua vez, concorda com a filha mais nova, já que teria que deixar parte da história de vida que vem construindo pouco a pouco e que está impregnada naquelas paredes e decorações. Ao falar a esse respeito, mostra as seguintes fotos:



(foto da casa de Ieda chamado “Cantinho do churrasco”)



(mesa da casa de Ieda. Local onde a família se reúne)

A primeira imagem diz respeito ao que ela nomeou de “cantinho do churrasco”. Local guardado em seu coração por agregar enfeites de vários lugares pelos quais ela e a família passaram. A segunda refere-se à mesa que representa todos os encontros familiares que aconteceram no salão de festas de sua casa. Esse salão é para ela algo da maior importância já que foi cenário do casamento de uma de suas irmãs, assim como aconchegou os familiares em outras datas marcantes e comemorativas. Ieda indaga: “*onde eu acharia outro lugar igual a esse?*”. Sua pergunta já condensa uma resposta de cunho afetivo: não haveria lugar melhor para continuar a morar, até porque os ambientes não se enfeitam apenas de objetos materiais, mas de afetividades e emoções ali impregnadas. Ela se sente também, depois dos elogios de seus amigos e familiares, como exemplo a ser seguido quanto à decoração e “bom gosto”: “*As pessoas se espelham em mim e começam a gostar e querer fazer igual na casa delas*”.

O que me parece nesse último sentido trazido por Ieda é que as pessoas admiram os laços de convivência que decoram sua vida associados àquilo que nomeiam de “bom gosto”.

### **“gafes”, fofocas e as redes sociais entre umas mulheres e outras mulheres**

“Gafes” e fofocas são duas nomenclaturas consideradas bastante perturbadoras no campo dos “refinamentos” no sentido de evidenciarem “deslizes” consideráveis em relação aos temas etiqueta e decoração que se projetam como todos que se querem homogeneizadores e, por isso, mais afeitos às altas camadas sociais. E, por isso, transformarem-se no objeto de desejo de quem deseja alocar tudo no ambiente doméstico em “regrinhas”.

A “gafe” é uma categoria conhecida por chamar a atenção dos circunstantes por uma situação de constrangimento que vem à tona a partir de comportamentos ou discursos que evidenciam determinados preconceitos, ocasionando assim, a famosa “saia justa”. Nesta pesquisa essa categoria poderia ter passado totalmente despercebida, já que foram poucas as pessoas que se arvoraram a expor situações deste tipo nos cursos. Entretanto, foi nos

cursos considerados mais acessíveis financeiramente, como os do SENAC, que tive contato com histórias nesse sentido e pude entrever sua importância reflexiva.

As alunas relataram o profundo incômodo ao verem-se expostas diante de perguntas sobre a data do casamento, quando tinham tido o noivado desfeito, quanto à idade, já que pareciam mais velhas do que realmente eram, quanto ao excesso de peso mostrando que estavam fora de um padrão de magreza amplamente divulgado e perseguido por algumas delas, etc.

Somada à categoria “fofoca”, esta sim mais presente nos discursos das entrevistadas dos cursos de camadas mais elevadas, essas duas noções me fizeram visualizar o quanto elas “desarrumam” esse campo que se pretende, interminalmente, “elegante” e “certinho”. Em um território em que a “previsibilidade” tem um valor bastante alto, as dúvidas e os questionamentos direcionados a alguém, a alguma situação ou a algum objeto ou bem material, trazem resultados sociais muitas vezes destoantes e desarmônicos, porém, muito simbólicos e eloqüentes.

Com relação tanto às “gafes” quanto às fofocas, é possível dizer que existe um movimento feroz de tentativa de desabono, de desqualificação do sujeito em questão. Por isso, podendo ser chamada, em ambas as situações, de “saia justa”, como já afirmei.

O que está em jogo é a manutenção, a qualquer custo, da unidade do grupo, mas um grupo dos eleitos em termos das afinidades culturais, sociais e financeiras congregadas a partir de signos que são reiteradamente inseridos em seus cotidianos a partir das aulas que acompanham, das revistas, livros e programas de televisão que eventualmente assistam.

Uma observação das mais interessantes refere-se à fofoca e sua compreensão não como ruído presente no encontro de mulheres em torno das aulas de “refinamento” e que a elas dão sentido por meio do exercício semanal de compartilhar signos comuns àqueles status, mas também, como maneira de ter contato, a partir de um elemento representativo como é o caso da fofoca, com os bastidores desses encontros, sobre os silêncios que ficam nas entrevistas, os diálogos que não conseguem ir adiante e, principalmente, sobre a fala sem ensaios. É um fato que quebra o ritmo que envolve o “mundo das etiquetas”, pontilhado de padrões, modelos e jogos de cena a serem seguidos.

Mas o que a fofoca e a gafe têm em comum? Tem uma desvalorização do outro, uma tentativa de desabono, às vezes, sem muitas palavras, olhares já bastam, diminuindo seu

espaço de atuação, mas também, de retirar do jogo social algumas categorias de pessoas que estariam destoantes desse universo, segundo suas visões. Tanto a fofoca quanto a gafe tem como solo fértil aquilo que está fora do padrão, fora do esperado.

Pensando a esse respeito acredito ser relevante assinalar uma observação feita no “curso da M.P.M.” e que me proporcionara um encontro com uma aluna que se sentiu vivendo uma “saia justa”, já que a gafe não é apenas cometida, como consegui apreender, mas pode ser sentida sem que ninguém verbalize diretamente nada, e assim, se considerar excluída daquele grupo pela sua falta de condições gerais de se sentir inteira naquele ambiente. No entanto, ela me conta sorrindo<sup>46</sup> sobre os constrangimentos que ela passou. Eu me perguntava, ao ouvir, sua “reclamação” do que ou porque ela riria de se sentir mal em um ambiente que ela escolheu freqüentar, ou melhor, conhecer, dada sua curiosidade. Mas passemos às palavras de Cida, antes de eu continuar minhas reflexões:

Maria tem 42 anos, é negra, é casada, tem dois filhos e atualmente é dona de casa e seu marido que é técnico em uma empresa de tintas em São Paulo é que sustenta a casa. Não considera problemático não trabalhar, muito pelo contrário, acha que já trabalhou muito e pesado na vida e agora quer curtir a vida. Ela me diz: *“eu já trabalhei de peona em uma empresa de autopeças em São Caetano do Sul em São Paulo, mas o salário era muito baixo. Quando eu tive meu primeiro filho, resolvi sair para cuidar dele, depois casei e meu marido sustenta a casa e eu sou feliz. Mas posso te dizer, se eu tivesse qualificação eu teria condições de ter um emprego melhor, porque minhas amigas que continuaram lá e estudaram são chefe hoje”*.

Em toda a nossa conversa Maria mantém-se rindo ao contar sobre as aulas e suas observações sobre as alunas que, ao seu ver, a excluem, só de olhar para ela. O fato de ser negra, a seu ver, interferiu na visão delas e, por isso, seria vista como destoante naquele ambiente. Gafe para ela é estar em um ambiente no qual ela não se sente bem, nem pelos conteúdos, nem pelo público; está em desarmonia. A cada pergunta feita por M.P.M. às alunas acerca do mobiliário presente em suas casas ou sobre a metragem e disposição da

---

<sup>46</sup> Essa passagem me fez lembrar muito da etnografia que o sensível antropólogo John Dawsey (2005) desenvolveu sobre o cotidiano de bóias frias em carrocerias de caminhões perguntando-se: “Do que riem os bóias frias?”. Durante esta entrevista feita com Cida eu, parafreando Dawsey, me fiz a mesma pergunta: Do que sorria Cida ao me contar seu incômodo? A resposta de Dawsey é bem pertinente aqui. Suas buscas vão no sentido de compreender que alguns comportamentos e caminhos tomados revelam o objetivo dos sujeitos em inverter uma lógica social que os oprime.

casa, Maria sente-se em sobressaltos, ainda que me conte que gostaria muito que a professora tivesse feito esse tipo de pergunta a ela, pois teria prazer em responder: “a minha casa tem 40 metros quadrados”. Contaria, segundo me relata, com orgulho, mas seu riso me diz o contrário: um desconforto, uma vergonha.

Poucas pessoas se aproximaram dela para conversar durante os intervalos. Ela se sente “pessoa mesmo” na igreja evangélica que frequenta, seu relato fica suavizado quando lembra das colegas de culto religioso. Lá onde frequenta, as “irmãs”, como são chamadas as seguidoras que ali se encontram semanalmente, Maria é um exemplo de “refinamento” e não modelo de “gafe” ou motivo de fofoca.

A convivência dela com as alunas não foi próxima. Sendo bolsista – informação sigilosa para as outras alunas - e sentindo-se incomodada a cada aula, quando observava as roupas, os perfumes, os óculos de sol de marcas estrangeiras, os cabelos bem tratados, os sapatos de marca, manteve-se até o fim, pois “*estava ali por livre espontânea vontade e queria aprender sobre aquele mundo*”. Maria afirma:

“Querendo ou não, você percebe que é um mundo diferente do meu. [porquê, eu pergunto] Pelo jeito de falar, de conviver. Eu nunca tive problema com isso. Eu nunca tive vergonha da minha classe social, da minha cor, de nada! No primeiro dia eu fui super simples, de sandalhinha assim, porque na minha casa não tem luxo e eu só fiquei olhando aquelas mulheres. Sentei naquela cadeirinha que batizei como minha cadeirinha e fiquei ali do primeiro ao último dia de aula! Conversei com poucas pessoas porque não foi possível ter convivência com outras. Eu vou sair do curso e não vou ter amizades dali, pois se eu falar que vou ter, estarei mentindo. [Porque?] Porque acho difícil, tenho meus compromissos e porque não tem nada a ver. Não porque estou me excluindo, mas porque não teve convivência no curso todo, não houve identificação. Você percebe quando uma se identifica com a outra e quando não gosta, cochicha! Você vê as conversas, tem os mesmos gostos, vão ao shopping juntas!”

Ou seja, a fala de Maria é sintomática de um estado de coisas, de diferenças com outras mulheres com as quais ela também não se identifica, pois não há valores comuns. Mas na igreja que frequenta, lá sim, ela é “rainha”, é considerada mulher “fina”, pois está

fazendo aula de decoração e todas as outras amigas querem que ela ensine sobre o assunto. Lá ela é exemplo e o modelo emana dela.

Contudo, as “gafes” podem ser bem mais enfáticas e dirigidas a curiosidades relativas ao fato de se estar grávida ou não, quando se está acima do peso, evidenciando algumas gordurinhas, questionamentos sobre o grau de familiaridade entre uma moça mais nova e um homem mais velho, situando-os como pai e filha e, neste caso, as entrevistadas do curso SENAC são bem incisivas e diretas nas reclamações. Muitos desses registros incluem-se na idéia de estar fazendo a coisa errada, ou seja, estar fora de um padrão de comportamento que faz com que, especialmente, as mulheres, pois são elas as mais corajosas em expor-se nesse sentido, não se encaixem em um estereótipo esperado.

Marisa, 51 anos, solteira, gaúcha, residente em São Paulo há vinte anos, fez o curso de Ana Rizzo. Ela relatou de forma bem enfática e ajudou-me a compreender que a noção de “gafe” pode ser mais elástica do que uma “agressão”, mesmo verbal, que se faça a alguém. A entrevista deixa claro o quanto sentir-se “diferente”, como mostram as descrições dela, e ainda mais ter um temperamento pautado na timidez, faz com que se acredite eternamente cometendo “gafes”. Em suas palavras:

“Eu sou operadora de cruzeiros marítimos , ou seja, o cliente se dirige a uma agência e solicita um pedido de cruzeiro marítimo, entramos em contato com as companhias que normalmente não são brasileiras aí a gente faz o procedimento da reserva, é bem abrangente, é o mundo inteiro. O meu departamento se chama Estação Marítima Agastur e o slogan é “Todos os navios do mundo”, então onde o passageiro quiser ir a gente tem indicação, a gente vende sonhos, é a ilha da fantasia, onde todo mundo é rei. Em primeiro lugar se você vem e tem uma procedência como a minha (gaúcha) de um interior do Rio Grande, onde é uma grande família, o interior é sempre diferente que uma grande capital e eu sempre me atraí muito pelo tema etiqueta e lá na minha cidade eu tinha uma professora de yoga, ginástica e ela me passou muito disso, a experiência dela dessa vivência, ela preparava as misses quando se candidatavam aos concursos e sempre me encantou. E você quando é criada assim muito livre, muito à vontade certas regras de etiqueta passam despercebidas, você tem a sua espontaneidade sem limite. Eu sou uma pessoa extremamente tímida, então eu sempre achava que onde eu chegava eu sempre ficava no meu canto, continuo sendo assim, a timidez não eliminei totalmente, mas ao menos eu pude ter armas pra me defender, ter argumentos, ter condições de conversar e aí foi muito em função disso,

dessa necessidade de você até agradar os outros, agradar você e não achar que está o tempo todo cometendo gafes.

Às vezes a gente viaja junto pra conhecer o navio e também pela oportunidade, mas é um passeio mais ao nível técnico, pois precisamos conhecer como ele é pra poder responder às perguntas dos clientes que são muitas. Sempre tem uma noite de boas vindas do comandante no navio, um jantar de despedida que é sofisticado, então todos esses detalhes, como eu não tinha muito essa vivência no sul, que era tudo mais simples, mais à vontade, eu senti a necessidade de aprender, apesar que tudo se aprende na vivência, você pode copiar o que o outro faz de certo, se policiar com relação a alguma coisa que você viu de absurda, mas se você tem uma orientação é muito melhor e as pessoas vão se encantar pelo que você é, pelo que você faz, sem achar que você está sendo ridícula.

A etiqueta não deixou de ser uma reciclagem pra mim, uma reeducação, Tem lugar que você não vai poder ser sofisticada porque vai acabar agredindo as pessoas, o importante é encontrar o equilíbrio, porque senão você comete gafe do mesmo jeito ao humilhar as pessoas.

Uma coisa que me chama muito a atenção são os detalhes que eu vejo nas outras pessoas, e que eu me policio muito. Por exemplo, você tem uma imagem que se você vai numa viagem de cruzeiro marítimo e será plena sofisticação, mas pode não ser assim. Quando chega na hora das refeições e tem um buffet, aí você vê realmente a índole das pessoas; é uma coisa que me assusta, porque aí você vê que elas chegam, parece que é o último dia que a gente vai viver, então tem que comer tudo que tem direito. Então você vê que exageram , e então vamos dizer que “quem erra, ensina”. Pessoas com aquele prato cheio que nem conseguem comer tudo, não tem nem condições, aí derrubam, te batem , porque querem chegar lá que o café tá acabando, então vai correndo lá, então eu fico abismada e não dá pra dizer que isso não é comum, porque é comum sim. Então o brasileiro que vai para os EUA fala que os americanos são mal educados, que o negro americano é mal educado, mas o brasileiro que é branquinho é mal educado também.

Eu fiz um cruzeiro onde tinha muito americano aposentado e não vi isso não, aí já era uma outra formação, porque como era um navio mais luxuoso, aí falavam: só tem velho!, mas a educação deles eu fiquei encantada, era bem diferente. Tinha fila, mas eram gentis até quando você chegava deixavam passar e aqui os navios que partem da costa brasileira com uma clientela bem variada, na hora do ‘vamo vê’, eu não sei quem tem a conta bancária mais favorável ou não, mas o comportamento me parece geral: de grosseria.

A fala de Marisa é bem interessante por revelar-se atravessada por marcadores não apenas de classe, como também de geração e raça. As associações que ela testemunhou que aproximariam a categoria “refinamento” de critérios como branquitude e juventude demonstram estereótipos que suas observações desmancham. Assim, ser “negro” e ser

“velho” poderiam ser sinônimos de “grosseria”. No entanto, tais afirmações são inteiramente questionadas por ela, posto que suas experiências, como gestora de viagens em cruzeiros marítimos, desvendaram uma lógica bastante inversa.

Dessa forma, este capítulo procurou demonstrar como as mulheres interessadas no temas dos refinamentos, de si e das casas, constroem essa experiência social. Pontilhada por uma sociabilidade do tipo “refinada”, as alunas percebem a importância dos signos e dos detalhes dessas tramas, dado seu contorno intrincado. Portanto, não se pode dizer que constituem um grupo, pois como pudemos perceber, nem mesmo pelo fato de ser um tema mais direcionado ao universo feminino, já que são muitas as clivagens e estas impossibilitam que nossas impressões se pautem por uma homogeneidade.

## Considerações finais

Quando os europeus pensam hoje na atividade de "bordar", pensam no universo feminino: a ideia mais comum é que se trata exclusivamente de uma atividade de mulheres. Aliás, apesar de ter começado a observar as bordadeiras minhotas há algum tempo, nunca tentei bordar. E o fato é que, quando de outras investigações, pareceu-me importante experimentar a manipulação das ferramentas que estavam a ser usadas à minha frente.

Mesmo quando era inteiramente incapaz de atingir o mínimo resultado concreto, seja por "falta de jeito", por uma absoluta falta de familiaridade com o tipo de movimentos requeridos ou por não partilhar as visões do mundo que constituem o enquadramento explicativo da "eficácia" de certas técnicas, parecia-me normal tentar aproximar-me assim da experiência sensorial dos meus interlocutores. Mas até agora nenhuma bordadeira me perguntou se estaria interessado em pegar numa agulha.

Além disso, já me aconteceu várias vezes ouvir comentários indicando mais ou menos abertamente alguma surpresa pelo fato de um homem se interessar por "aquilo" e, até, dirigir uma investigação sobre o bordado. Mesmo quando falo com colegas antropólogos, é-me por vezes preciso mostrar como e porque é que este objeto de estudo é tão digno de interesse como qualquer outro e permite tecer considerações acerca de uma variedade de problemáticas clássicas da disciplina nas áreas, entre outras, da técnica, da estética, da economia, das dinâmicas culturais no tempo da patrimonialização dos produtos tradicionais e, como está a ser o caso aqui, das relações de gênero, por acaso um dos temas na ribalta em antropologia.

Mas parece sempre difícil ultrapassar a fortíssima menorização social a que têm sido submetidos os "trabalhos de agulha".

Todavia, pega-se numa linha de bordar de cor indiferente, objeto de total insignificância e puxa-se. São talvez não uma sociedade e uma cultura inteiras que vêm à tona, mas boa parte delas. Assim o é porque o bordado é uma dessas atividades, como a *bricolage*, o futebol, a caça, a música, a bicicleta, a apanha das conquilhas... que, por razões que não é possível analisar aqui (embora pudessem elas também ter a ver com as relações de gênero) despertam paixões, suscitam discursos, motivam comportamentos individuais e coletivos reveladores de valores profundos, dos "barulhos de fundo" de uma sociedade. A antropologia tem ultimamente prestado pouca atenção a esses "pequenos objetos" aparentemente fúteis. Não se trata aqui de dizer que a disciplina deveria abandonar o questionamento frontal de questões identificadas como problemas sociais e culturais prementes, mas simplesmente de indicar que há diversos caminhos para lá chegar. O "caminho das agulhas" evocado em muitos contos de tonalidade iniciática, na antiga literatura oral europeia, é um deles: bainhas abertas, picotes, crivos e desfiados são

janelas sobre o avesso dos bordados e, também, sobre os bastidores das relações entre homens e mulheres.<sup>47</sup>

Partir desta epígrafe é algo da maior importância aqui. A tentativa é de registrar as últimas palavras diante de um universo que se apresentou de maneira tão instigante.

As considerações acerca do desenvolvimento da problemática relacionada à costura e, mais que isso, aos bordados, deste sensível antropólogo mostram que estes temas, apesar de serem direcionados especificamente ao universo feminino, acabam destinando “fama” e “sucesso” aos homens, como Jean Yves Durand mostra em outro momento do artigo. São eles – os estilistas - que aparecem nos desfiles de moda representando suas criações, ao mesmo tempo em que ocultam uma mão de obra quase invisível formada por mulheres. Mas seriam “frágeis” mesmo essas mulheres? Essa pergunta é crucial.

Guardadas as diferenças de contexto de pesquisa, foi esta mesma pergunta que me acompanhou ao longo do meu trabalho. Suas ponderações despertaram minha atenção pela proximidade com as discussões propostas aqui. Mais que isso, por sua tentativa de desvencilhar suas observações sobre as feminilidades de análises ingênuas ou essencializadoras e, que as tornariam, por isso, menos vigorosas.

Durand não se dá por vencido ao se perceber envolvido por “cobranças” acadêmicas que o fariam trilhar caminhos, talvez, mais conhecidos e valorizados na Antropologia. Agarra seu tema, considerado “menor”, constituído pelos bordados e pelas agulhas minhotas, e demonstra o valor não apenas dessas mulheres, como também e especialmente, do tema a partir do qual tantas questões emergem.

A partir dessa percepção, que também se encaixa nesta tese, passei a enfrentar vicissitudes semelhantes que se transformaram no decorrer da pesquisa em veios, mais que imprescindíveis, valiosos. Imagens do senso comum também me levaram ao intento de afastar as problemáticas relacionadas ao “refinamento”, seja de si, seja da casa, de argumentos que as pautassem como “futilidade”, “coisa de dondoca” ou “coisa de rico” simplesmente. O universo pesquisado demonstrou muito mais que isso.

Ao observar reiteradamente os manuais de etiqueta e decoração publicados entre 1900 e 2000 e, por conseqüência, a partir dessa longa periodização, notei uma forte

---

<sup>47</sup> Ver. Durand, Jean Yves. “Bordar: masculino, feminino” In: [www.repositorium.sdum.uminho.pt](http://www.repositorium.sdum.uminho.pt).

imbricação destes temas, bem como, a possibilidade de compreender a construção da experiência social do “refinamento” que se consolidava por meio de uma história dos costumes, do morar e do “refinar-se”.

A riqueza deste material demonstrou grande potencialidade. Mais que “bússolas” de comportamento, os manuais apresentaram-se como fontes de divulgação de modelos, ideais destinados a uma conformação de feminilidades, não apenas destinadas à subserviência da família, mas em momentos surpreendentes, desvendaram fortes possibilidades capazes de inverter uma lógica social e familiar que encerraria as figuras femininas nos encontros domésticos com suas amigas.

A instigante e estimulante observação dessas fontes destaca a elaboração e orquestração de uma ordem social pautada em signos de distinção como: a minuciosa “decoração” da casa, a contratação de renomados profissionais do ramo, a eleição de objetos “importantes” a serem destacados na casa. Importância essa que se consolida, pouco a pouco, nos remetendo ao vínculo com as apreensões pautadas nas “boas maneiras”. Assim, o par estaria formado: decoração e etiqueta; uma dependeria da outra.

As transformações arquitetônicas do ambiente doméstico começam a fazer sentido a partir da relação com o “bem comportar-se” e isso é percebido no início do século XX. Estudiosos da história da arquitetura (Lemos, 1985; Homem, 1996) são bem claros em afirmar que não bastava “ornamentar” a casa com peças gregas, inglesas ou francesas necessitava-se aliar a isso, um comportamento que pudesse “bem representar” a família.

Dessa forma, por meio desses manuais escritos preponderantemente por mulheres tivemos acesso a deslocamentos femininos, percebendo a constituição de uma malha de “refinamentos” que deixa entrever diversas feminilidades, a se notar a diferença entre expressões bastante utilizadas nesse universo: dona da casa e dona de casa. Tal distinção pode ser vista como um estímulo e uma abertura a uma presença feminina associada a concepções de “poder” e “prestígio”.

Os manuais classificados dentro da chave “colunismo social”, por sua vez, foram um grande achado nesta pesquisa por proporcionarem a visualização de uma mudança nos rumos de produção dos conteúdos de “refinamento”. Trazem para a discussão o destaque conferido a elementos pautados em “antiguidade”, ou seja, é a partir do relato e das orientações dos colunistas sociais que fica mais clara a importância concedida às

engrenagens do parecer “elegante” neste universo. Não importa que algo inventado possa emergir.

Parecer “fino” e “elegante” requer o domínio de certas artimanhas que são desvendadas nesses manuais de etiqueta tais como: a escolha não de qualquer perfume, mas de um “Chanel”, a leitura de revistas que não são escolhidas de maneira aleatória também, mas a “Vogue”, assim por diante. No caso de Ibrahim Sued, sua legitimidade em poder divulgar as regras de “boas maneiras” pauta-se nas “credenciais” que apresenta: a propalada amizade que teria com personagens como - Princesa Dona Fátima de Toussoum, Jorge Guinle -, além de outras personalidades do mundo “glamouroso”.

Dessa forma é que se constituiu a importância do acompanhamento meticoloso destes manuais. A partir deles tive acesso a representações muito significativas e que compõem, gradativamente, uma galeria de comportamentos e histórias de vida, não importando a quantidade de fabulação que nos deixam entrever, posto que são destacados mais “príncipes” que pessoas comuns nestas searas.

Em complemento a esse material emergiu o grande valor das revistas especializadas e dos programas de televisão, que por possibilitarem a visualização dos conteúdos que são abordados de maneira mais extensa nos livros, resumem-se e orientam o público na tentativa de direcioná-lo ao cultivo de um lar “bem decorado”.

Ronnie Von, apresentador do programa *Mãe de Gravata e Todo Seu* tem uma explicação bastante interessante a respeito do que é veiculado pela televisão e que acaba atuando, tal qual as revistas, como “pílulas de refinamento”. Ele diz: “televisão vende ilusão, o que é bonito, mágico, diferente, elegante, chique. Os profissionais que vem aqui são todos de extremo bom gosto, elogiadíssimos, festejadíssimos, por todo mundo, pela mídia impressa, porque televisão é beleza”.<sup>48</sup>

As imagens exemplificam casas com um padrão sócio-econômico, na maioria das vezes, distantes da realidade social vigente, mas não de uma parcela interessada nos assuntos de decoração. Essa mesma percepção é confirmada nos programas televisivos que se apresentam de maneira a mostrar os ambientes da forma mais “suntuosa” possível.

---

<sup>48</sup> Trecho extraído da entrevista concedida ao blog bla bla bla em junho de 2008.

No entanto, no capítulo dedicado à divulgação da etiqueta e da decoração nos programas de televisão tive não apenas a oportunidade de compreender como se constroem as malhas do “refinamento” nessa propagação mais rápida de conteúdos que se pauta no objetivo de levar ao público a possibilidade de “sonhar” com uma realidade mais “bonita”, como pude por meio do personagem “mãe de gravata”, encampado por Ronnie Von, ter acesso ao abalo de algumas idealizações presentes nesse universo: ou seja, que este seria exclusivamente destinado às mulheres.

Ronnie Von demonstra, mesmo enfrentando sérias desconfianças acerca de sua sexualidade, que decoração e etiqueta podem também fazer parte de interesses e esferas masculinas sem que com isso perca sua virilidade.

A observação dos programas televisivos proporcionou ainda a análise da presença de consultoras, a “fama” maior fica a cargo das de etiqueta, já que a decoração é uma área ainda incipiente em termos de divulgação, que conquistam “sucesso” ao disponibilizarem orientações ao grande público tornando-se ou alavancando, quando já possuem, o lado propenso à “literatura de refinamento”. Por conseqüência, como acontece com muitas professoras de etiqueta, reivindicam para si todo um imaginário pautado na existência de um antepassado nobre, não raras as vezes, na tentativa de imprimir uma marca mais legítima: a da “elegância” forjada em seio familiar desde tenra idade, por isso mais “autêntica” que qualquer outra.

Apreende-se ao longo desta empreitada que o universo dos “refinamentos” é muito mais heterogêneo e pontilhado por deslocamentos do que se poderia imaginar quando do início desta pesquisa.

Algo que permeia de maneira geral este universo de pesquisa é a associação do “refinamento” com o predicado da “coerência”, ou melhor dizendo, da “neutralidade”. Em substituição às consultoras, as mídias, impressas e televisivas, atuam de modo a transferir para o público a escolha por elementos e objetos que denotem “discrição”. Esses veículos mantêm, finalmente, a tônica de que a legitimidade do “refinamento” está amplamente atrelada a sentidos de “ordem”.

As clivagens que puderam ser acompanhadas nos três primeiros capítulos atuam, assim, como aportes a partir dos quais se percebe a constituição daquilo que chamo de “experiência do refinamento” nos cursos. Neles pude notar o empenho por parte das

consultoras em transformar as possíveis donas de casa em donas da casa, ao conseguirem naqueles encontros tecer teias sociais importantes na manutenção de uma sociabilidade “elegante”. Às donas da casa ficaria a importância maior, desde que sofressem a transformação possibilitada pela conquista e assunção de um capital cultural, não apenas econômico, que as tornassem mantenedoras de um status destinado a ela, ao marido e aos filhos.

No entanto, por trás de engrenagens bastante emaranhadas, pode-se perceber que diversos tipos de feminilidades se insinuam nesse universo dependendo do ponto de observação escolhido, quais sejam: “curso da M.P.M.”, “curso da A.M.R.” e “curso do SENAC”. Por congregarem alunas de diferenciadas posições e classes sociais, contextos sócio-econômicos e culturais, além de outros marcadores de diferença como raça e sexualidade, a experiência por parte das alunas nestes espaços de “refinamento” se mostra “seletiva”. O que isso quer dizer: que acabam reivindicando para si as atitudes, comportamentos e escolhas que acreditam ter mais proximidade com o estilo de vida que vivem. Ou seja, escolhem entre aqueles mais relevantes e significativos ou não às suas experiências cotidianas.

As alunas da M.P.M. e de A.M.R., por exemplo, que poderiam ser olhadas a princípio como fiéis depositárias e mantenedoras de um lugar de “fragilidade” e “futilidade”, evidenciam uma tendência a inverter uma lógica ou modelo idealizado que poderia ser destinado a elas no senso comum. Em contrapartida, as do SENAC me ofereceram outras maneiras de entreolhar o “refinamento”, me apresentando e me ajudando a desvendar um contorno referente à etiqueta e à decoração que o “desarruma” fortemente.

Em complemento a isso, percebe-se que, seja nos cursos de M.P.M. e A.M.R., seja nos do SENAC, mas ainda assim não querendo com isso homogeneizar o perfil feminino ou universalizar esse universo de pesquisa remetendo-me a ele, simplesmente por meio da nomenclatura “mulheres”, pode-se dizer que o modelo de feminilidade, não apregoadado pelas consultoras, mas praticado pelas alunas, apresenta uma maneira de afastar os homens das searas domésticas, detalhe que as empodera. E de que maneira? Afirmando: “Eles não entendem nada de casa!”. E esta constatação independe das diferenciações advindas das camadas sociais nas quais estejam inseridas.

Adquirir um móvel, um tapete, tornar-se “elegante”? Sim; é desejável. Desde que esses traços imprimam uma marca, marca essa que ficará nos olhos e nos corações dos amigos e dos familiares, para além das armaduras francesas que possam aparecer em primeiro plano nas imagens fotográficas. O sentido de permanência não está exatamente no objeto selecionado para “decorar” as salas, mas a representação de um encontro afetivo.

O que se depreende no final é que há um idioma que rege e organiza este universo dos “refinamentos” que é composto pela busca de signos de “reconhecimento”, de “prestígio”, mas também, de “afetividade”, “ancestralidade” a fim de que se possa (re)criar uma história de vida que é pautada a todo momento na construção de um *ethos* “refinado”.E foi isto que esta tese buscou demonstrar.

## BIBLIOGRAFIA

- ABRAHÃO, Eliane Morelli. Mobiliário e utensílios domésticos dos lares campineiros (1850-1900). Dissertação de mestrado –Departamento de História/Unicamp. 2008
- ALGRANTI, Leila Mezan. “Famílias e vida doméstica”. In: História da vida privada no Brasil. São Paulo: Cia. das Letras, 1997. V.1.
- APPADURAI, A. “Introduction: commodities and the politics of value”. In: APPADURAI, The social life of things: commodities in cultural perspective. Cambridge. Cambridge University. 1986.
- ARENDT, Hannah. “A crise na cultura: sua importância social e política”. In: ARENDT, H. Entre o passado e o futuro. São Paulo. Ed. Perspetiva.1997
- ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. Metrôpole e Cultura. Bauru, EDUSC, 2001.
- BAENINGER, Rosana. Espaço e tempo em Campinas: migrantes e a expansão do pólo industrial paulista. Campinas. Centro de Memória /Unicamp,1996. (Col. Campiniana, vol.5).
- BARROS, Myriam Lins de. Autoridade e afeto: avós, filhos e netos na família brasileira. Rio de Janeiro. Zahar. 1987.
- ..... “Memória e família”. In: Estudos Históricos. Rio de Janeiro. V.2. n.3.1989.
- BAUMAN, Zygmunt. O mal estar da pós modernidade. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed. 1998.
- .....Modernidade e ambivalência. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed. 1999.
- BELELI, Iara. “Corpo e identidade na propaganda”. In: Revista Estudos Feministas. v.15. n.1. 2007.
- BENJAMIM, Walter. Passagens. Belo Horizonte. Ed. UFMG. 2006.
- BERGAMO, Alexandre. Imitação da ordem: as pesquisas sobre televisão no Brasil. São Paulo. Tempo Social/USP. V.18. n.1. 2006
- BORDO, Susan. “O corpo e a reprodução da feminidade: uma apropriação feminista de Foucault”. In; JAGGAR, Alison e BORDO, Susan. Gênero, corpo, conhecimento. Rio de Janeiro, Record, 1997.
- BOURDIEU, Pierre. “*Gostos de classe e estilos de vida*”. In: BOURDIEU, Pierre.

- Pierre Bourdieu: sociologia. Organizador: Renato Ortiz. São Paulo, Ática, 1983.
- ..... La distinción. Madrid, Taurus. 1988.
- .....”Espaço social e espaço simbólico”. In: BOURDIEU, P. Razões práticas. Campinas. Papirus. 1996.
- .....” O espírito de família”. In: BOURDIEU, P. Razões práticas. Campinas. Papirus. 1996.
- .....” Remarques provisoires sur la perception sociale du corps”. In: Actes de la recherche em sciences sociales. N.14. 1997
- ..... “ Condição de classe e posição de classe”. In: A economia das trocas simbólicas. São Paulo. Ed. Perspectiva. 2004.
- BRAH, Avtar. “Diferença, diversidade, diferenciação”. In: Cadernos PAGU, Unicamp, n.26, 2006
- BRITO, Marilza Elizardo (coord.). Vida cotidiana no Brasil nacional: a energia elétrica e a sociedade brasileira (1930-1970). Rio de Janeiro, Centro de memória da eletricidade no Brasil. 2003.
- BUTLER, Judith. “Sujeitos do sexo/gênero/desejo”. In: BUTLER, Judith. Problemas de gênero. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2003.
- .....”Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do ‘sexo’. In: LOURO, Guacira Lopes(org.). O corpo educado: pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte.Autêntica, 2001.
- CSORDAS, Thomas. “Embodiment as a paradigm for anthropology”. In: Ethos, v.18, 1988
- .....”Introduction: the body as representation and being-in-the-world”. In: CSORDAS, T.(org.) Embodiment and Experience. NY. Cambridge Studies. 1994
- DARNTON, Robert. “Um burguês organiza seu mundo: a cidade como texto”. In: DARTON, R. O grande massacre de gatos. Rio de Janeiro. Graal. 1986.
- DAWSEY, John. “O teatro dos bóias-frias: repensando a antropologia da performance. In: Revista Horizontes Antropológicos. v.11. n.24. Porto Alegre. 2005
- DEBERT, Guita Grin. “O velho na propaganda”. In: Cadernos Pagu. n.21. 2003
- DELEUZE, G. & GUATTARI, F. “Introdução: Rizoma” In: DELEUZE, G. & GUATTARI, F. Mil platôs. Editora 34, 1995.

- D'INCAO, Maria Ângela. "Mulher e família burguesa" In: DEL PRIORE, M.(org.) História das mulheres no Brasil. São Paulo. Contexto. 1997.
- DOUGLAS, Mary. O mundo dos bens. Rio de Janeiro. Ed. UFRJ. 2004
- ..... "El mal gusto en el mobiliario". In: DOUGLAS, M. Estilos de pensar. Barcelona. Ed. Gedisa. 1998
- DURAND, Jean- Yves. Bordar: masculino, feminino. In: <http://repositorium.sdum.uminho.pt> 2005.
- ELEUTERIO, Maria de Lourdes. Vidas de romance: as mulheres e o exercício de ler e escrever no entresséculos. (1890-1930). Rio de Janeiro. Topbooks. 2005.
- EL FAR, Alessandra. Páginas de sensação: literatura popular e pornográfica no Rio de Janeiro (1870-1924). São Paulo, Companhia das Letras, 2004.
- ELIAS, Norbert. O processo civilizador – Uma história dos costumes. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 1983.
- .....A peregrinação de Watteau à ilha do amor. Rio de Janeiro. Zahar. 2005
- .....A sociedade de corte. Rio de Janeiro. Zahar. 2001
- ESCARPIT, Robert. A revolução do livro. Rio de Janeiro Editora da FGV/INL-MEC. 1976.
- FAUSTO-STERLING, Anne. "Dualismos em duelo". In: Cadernos PAGU, UNICAMP, n.17/18, 2001/2002.
- FERREIRA, Luiz Otavio et al. "A institucionalização das ciências, sistema de gênero e produção científica no Brasil (1939-1969) In: História, Ciências e Saúde – Manguinhos. [online]. v.15. 2008.
- FOUCAULT, Michel. História da sexualidade: a vontade de saber. Rio de Janeiro, Ed. Graal, 1988.
- FRANGELLA, Simone Miziara. "Fragmentos de corpo e gênero entre meninos e meninas de rua". In: Cadernos PAGU, UNICAMP, n.14, 2000.
- GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro. Ed. Guanabara Koogan. 1989.
- GIDDENS, A. "Tradição". In: O mundo em descontrolado: o que a globalização está fazendo de nós. Rio de Janeiro. Record. 2000.

- GRILLO, Karla Coelho. A imagem da mulher como argumento de venda na publicidade. Dissertação de mestrado (Ciências da Linguagem e Tecnologia da Informação). Universidade do Sul de Santa Catarina. 2006.
- GROSZ, Elisabeth. “*Corpos reconfigurados*”. In: Cadernos PAGU/Unicamp, no. 14. 2000.
- HALBWACHS, Maurice. A memória coletiva. São Paulo. Centauro. 2006
- HALL, Catherine. “Sweet home”. In: PERROT, M.(org.) História da vida privada: da revolução francesa à primeira guerra. São Paulo. Companhia das Letras. 1991.
- HARAWAY, Donna. “*Gênero para um dicionário marxista: a política sexual de uma palavra*”. In: Cadernos Pagu/Unicamp, n.22, 2004.
- HOMEM, Maria Cecília Naclério. O palacete paulistano e outras formas urbanas de morar da elite cafeeira (1867-1918). São Paulo. Martins Fontes.1996
- KOFES, Suely. Uma trajetória, em narrativas. Campinas. Mercado de Letras. 2001
- LAPA, José Roberto do Amaral. A cidade: os cantos e os antros - Campinas 1850-1900. São Paulo. Edusp.1996
- LEMOS, Carlos A. Alvenaria burguesa. São Paulo. Studio Nobel. 1985.
- ..... Casa paulista. São Paulo. Edusp. 1999.
- .....História da casa brasileira. São Paulo. Contexto. 1996
- LIMA, Tânia Andrade. “Pratos e mais pratos: louças domésticas, divisões culturais e limites sociais no Rio de Janeiro, século XIX”. In: Anais do Museu Paulista. São Paulo. V.3. jan./dez. 1995
- LOURO, Guacira Lopes. “Marcas do corpo, marcas de poder”. In: LOURO, Guacira Lopes. *Um corpo estranho*. Belo Horizonte, Autêntica, 2004.
- ..... “Feminilidades na pós modernidade”. In: Revista Labrys, n.10, 2006.
- MALERBA, Jurandir. A corte no exílio. São Paulo. Companhia das Letras. 2000
- MALUF, Marina & ROMERO, Mariza. “A sublime virtude de ser mãe”. In: Revista Projeto História: Corpo e Cultura, PUC-SP, São Paulo, n. 25, 2002.
- MARCONDES, Gláucia dos Santos. Eternos aprendizes: o vínculo paterno em homens separados e recasados de camadas médias. Dissertação de Mestrado/Unicamp. 2002
- MARTIN-FUGIER, Anne. “Os ritos da vida privada burguesa”. In: PERROT, M.(org.) História da vida privada: da revolução francesa à primeira guerra. São Paulo. 1991.

- MATTOS, Olgária. Paris 1968: barricadas do desejo. São Paulo. Brasiliense.1981.
- MCCLINTOCK, Anne. Couro Imperial: raça, travestismo e o culto da domesticidade .In: Cadernos Pagu/Unicamp, n.20, 2003.
- MELLO E SOUZA, Gilda. O espírito das roupas: a moda no século dezenove. São Paulo, Companhia das Letras, 1987.
- MILLER, Daniel. “Atos de amor num supermercado”. In: MILLER, D. Teoria das compras: o que orienta as escolhas dos consumidores. São Paulo. Nobel. 2002.
- MORAES, Maria Lygia Quartim de. “O que fazíamos em maio de 1968 no Brasil. (entrevista). In: Revista Mediações. V.13. n.1-2. 2008.
- MUNIZ, Diva G. O percurso das maneiras: do lar para a escola e da escola para o lar.São Paulo, FFLCH/USP,1997. Tese de Doutorado.(mimeo)
- NEEDEL, Jeffrey. Belle époque tropical. São Paulo. Companhia das Letras. 1993.
- OLIVEIRA, Livio Lima de. “A revolução da brochura: experiências de edição de livro acessíveis na Europa nos séculos XIX e XX”. (*paper* apresentado no Encontro do Núcleo de Estudos Intercom). 2005
- PEREIRA, Daniela Scridelli. Em busca do refinamento: um estudo antropológico da prática da etiqueta. São Paulo. Annablume.2006.
- PEROSA, Graziela Serroni. Três escolas para meninas. Tese de Doutorado. Faculdade de Educação/Unicamp. 2005.
- PERROT, Michelle. “Maneiras de morar”. In: PERROT, M.(org.) História da vida privada: da revolução francesa à primeira guerra. São Paulo. Companhia das Letras. 1991
- PIRANDELLO, Luigi. Um, nenhum e cem mil. São Paulo, Cosac & Naify. 2001.
- PISCITELLI, Adriana. “*Jóias de família*”: gênero em histórias sobre grupos empresariais brasileiros. Tese de Doutorado. Departamento de Antropologia/Unicamp. 1999.
- POLLAK, Michael. “Memória, esquecimento, silêncio”. In: Estudos Históricos. Rio de Janeiro. V.2. n.3. 1989.
- PONTES, Heloisa. “Modas e modos: uma leitura enviesada de *O espírito das roupas*”. In: Cadernos Pagu/Unicamp, n.22, 2004.
- ..... “Elias, renovador da ciência social”. In: WAIZBORT, Leopoldo.(org.). Dossiê Norbert Elias. São Paulo. Ed. da Universidade de São Paulo. 2001.
- PROUST, Marcel. No caminho de Swann. (tradução de Fernando Py). Rio de Janeiro.

O Globo. 2003.

RAGO, Margareth. Do cabaré ao lar. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1997.

..... “Os mistérios do corpo feminino ou as muitas descobertas do ‘amor venéris’ ”. In: Revista Projeto História: Corpo e Cultura, São Paulo, PUC-SP, n.25, 2002.

ROQUETTE, J. I. Código do bom tom. (organização de Lilia Schwarcz). São Paulo, Companhia das Letras, 1997.

RYBCZYNSKI, Witold. Casa: pequena história de uma idéia. Rio de Janeiro. Ed. Record. 1996

SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. “O corpo na cidade das águas: São Paulo(1840-1910)”.In:Revista Projeto História: Corpo e Cultura, São Paulo, PUC-SP, n.25, 2002.

SANTOS FILHO, Lycurgo de Castro & NOVAES, José Nogueira. A Febre Amarela em Campinas: 1889-1900. Campinas, Ed.Unicamp. 1996

SCHWARCZ, Lilia. As barbas do imperador. São Paulo. Companhia das Letras. 1998.

SCOTT, Joan. “Gênero: uma categoria útil de análise histórica”. In: Revista Educação & Realidade, 16(2), 1990.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. “Família, escola e mídia: um campo com novas configurações”.In: Revista Educação e sociedade. v.28. 2002.

SEVCENKO, Nicolau. Literatura com missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República. São Paulo. Brasiliense. 1983.

.....Orfeu extático na metrópole. São Paulo, Companhia das Letras, 1992.

SHOHAT, Ella. Des-orientar Cleópatra: um tropo moderno da identidade? In: Cadernos Pagu/Unicamp, n. 23, 2004.

SILVA, Edison Delmiro. “Origem e desenvolvimento da indústria fonográfica brasileira.” In: XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação/Campo Grande /MS – setembro 2001.

SIMÕES, Inimá et al. Um país no ar: história da tv brasileira em três canais. São Paulo. Brasiliense. 1986.

SOARES, Carmen Lucia. Corpo, Conhecimento e Educação: notas esparsas. In: Soares. Carmen Lúcia (Org.). Corpo e História. Campinas. Autores Associados. 2001. SODRÉ,

Muniz. “Colunismo social: gente boa e gente fina” In: [www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br) acessado em agosto de 2008.

SOIHET, Raquel. Condição feminina e formas de violência: mulheres pobres e ordem urbana, 1890-1920. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 1989

STEINBERG, S. H. Five hundred years of printing. Londres. Penguin Books.1969.

STOLKE, V. “Los trabajos de las mujeres”. In: Sociedad, subordinacion y feminismo: debate sobre la mujer em America Latina y el Caribe. 1982

STRATHERN, Marilyn. O gênero da dádiva. Campinas. Ed. Unicamp. 2006

..... After nature: english kinship in the late twentieth century. Cambridge. Cambridge University. 1992.

TELLES, Norma. “Escritoras, escritas, escrituras”. In: DEL PRIORE, Mary(org.) História das mulheres no Brasil. São Paulo. Contexto. 1997.

TRAVANCAS, Isabel. “A coluna de Ibrahim Sued: um gênero jornalístico” In: XXIII Congresso Intercom/Manaus. Setembro de 2000.

TORRÃO FILHO, Amílcar. “Uma questão de gênero: onde o masculino e o feminino se cruzam”. In: Cadernos Pagu/Unicamp, n.24, 2005.

VELOSO, Verônica Pimenta. A eletricidade no Brasil sob a perspectiva da história social. In: História, ciências, saúde. – Manguinhos. [online]. vol.9, n.3 , 2002.

VERISSIMO, Francisco & BITTAR, William. 500 anos da casa no Brasil. Rio de Janeiro. Ediouro.1999.

VIGARELLO, Georges. História da beleza. Rio de Janeiro. Ediouro. 2006.

#### **Manuais de etiqueta consultados:**

Almanak domestico. Rio de Janeiro. Agência Will. 1930.(publicação anual; distribuição gratuita)

ALMEIDA, Julia Lopes de. Livro das noivas. Rio de Janeiro. -----1896.

ARRUDA, Fabio. Sempre, às vezes, nunca. São Paulo. Arx. 2003

.....Chique & útil. São Paulo. Arx. 2006.

BARROS, Fernando de. Elegância: como o homem deve se vestir. São Paulo. Editora Negócios, 1997.

BONINI, Iside. Boas maneiras (em família). São Paulo. Gráfica e editora Edigraf. 1963.

CALDEIRA, Eleonora M.(org.) Cultura e elegância. São Paulo. Contexto.2005.

CALDERARO, Martha. Etiqueta e boas maneiras. Rio de Janeiro. Nova Fronteira. 1983.

CARVALHO, Marcelino de. Guia de boas maneiras. São Paulo. Companhia Editora Nacional. 1963

.....Só para homens. São Paulo. Companhia Editora Nacional. 1967.

.....Snobérrimo. São Paulo. Companhia Editora Nacional. 1966.

CASTANHO, Iracema Soares. Etiqueta social. Tecnoprint. Rio de Janeiro.1965.

D' AVILA, Carmen. Boas maneiras. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira.1956.

FONTES, Yeda. Decoração de interiores. Rio de Janeiro. Tupy editora.1955.

KALIL, Gloria. Chic Mulher. São Paulo. Editora Senac. 1997.

.....Chic Homem.São Paulo. Editora Senac. 1998.

.....Chic[érrimo]. São Paulo. Códex. 2004.

LAUS, Ruth. Decoração brasileira.Rio de Janeiro. Ediouro.1977.

LEÃO, Danuza Na sala com Danuza. São Paulo. Siciliano.1992.

.....Quase tudo. São Paulo. Companhia das Letras. 2005.

MANCUSO, Clarice. Arquitetura de interiores e decoração: a arte de viver bem..... 1998.

MARIA, Dora. Aprenda boas maneiras. Rio de Janeiro. Ediouro. 1961.

MATARAZZO, Cláudia. Etiqueta sem frescura. São Paulo, Melhoramentos.1995.

..... Marcelino por Cláudia: o guia de boas maneiras de Marcelino de Carvalho interpretado por Cláudia Matarazzo. São Paulo. Companhia Editora Nacional. 2006.

MIRANDA, José Tavares de. Boas maneiras e outras maneiras. São Paulo, Bestsellers, 1965.

PITIGRILLI. Não se come frango com as mãos: moderno códigos de boas maneiras. Rio de Janeiro. Casa Ed. Vecchi. 1959.

RIBEIRO, Célia. Etiqueta século XXI: um guia prático de boas maneiras para os novos tempos. Porto Alegre. L & PM. 2005.

RESSTOM, Lida. Decoração de ambientes. São Paulo. LP& M. 1967.

SUED, Ibrahim. O segredo do meu sucesso. 1976.

.....Aprenda a receber: etiqueta. Rio de Janeiro. Editora Top Promoções 1977.

.....Nova etiqueta. 1978.

TESTA, Neusa. O que toda mulher deve saber sobre decoração do lar. Rio de Janeiro. Ediouro. 1980.

VIRGINIA, Bárbara. Poder pode mas não deve. São Paulo. Edições Loyola. 1986.

YUFON, Christine. Toda mulher pode ser bonita. São Paulo. Editora Gente. 1998.

WALDVOGEL, Luiz. A excelência das boas maneiras: serões de tio Silas. São Paulo, Casa Publicadora Brasileira, 1967.

O conselheiro do lar – Almanaque doméstico – década de 1930

Guia Feminino. Receber bem. Abril Cultural. 2003