

18º Congresso Brasileiro de Sociologia  
26 a 29 de Julho de 2017, Brasília (DF)  
**Grupo de Trabalho 23: Sociologia da Cultura**

**“Essa casa tem alma”: o *bem morar* entre frações das classes altas na  
Região Metropolitana do Recife**

Louise Claudino Maciel  
Doutoranda em Sociologia na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

## 1. Introdução

Esta comunicação faz parte de uma pesquisa de doutorado que tem como objeto as manifestações de gosto no âmbito da decoração da moradia de indivíduos pertencentes às frações das classes altas da Região Metropolitana de Recife (RMR). Como afirma Bourdieu (2008, p. 42) não há nada que diferencie tão rigorosamente as classes sociais do que a aptidão para aplicar uma *disposição estética* ao consumo das obras de arte e, mais ainda, às escolhas mais comuns da existência, a exemplo daquelas em matéria de cardápio, vestuário ou decoração da casa.

De acordo com esse autor (2011), a disposição estética, entendida como a capacidade de apreender a obra de arte em si própria, enquanto *forma* e não enquanto *função*, é o produto de determinadas condições históricas e sociais. Sendo “objetividade interiorizada”, essa disposição só pode se constituir em condições de existência caracterizadas pelo distanciamento das necessidades econômicas (Bourdieu, 2008). Longe de operar somente na esfera artística, ela pode ser expressa nos mais variados âmbitos da prática, dentre os quais a moradia, sempre que a *forma* e não simplesmente a *função* esteja em jogo e uma intenção expressiva se manifeste no consumo de determinados objetos e práticas.

Nessa perspectiva, investigamos o que indivíduos pertencentes a grupos privilegiados e cujas posições no espaço social da RMR os tornam portadores mais prováveis da disposição estética, definem como o “bem morar”, analisando as práticas e propriedades, na esfera da decoração, a partir das quais eles demarcam fronteiras em relação a outros grupos sociais.

O recorte da pesquisa corresponde a indivíduos que participaram de uma seção sobre decoração, a *Pode entrar!*, da revista *Aurora*, publicada pelo tradicional jornal da região, o *Diário de Pernambuco*, de 2010 a 2014 e nas edições de final de semana. Optou-se por utilizar essa revista como uma porta de acesso às classes altas<sup>1</sup> e por entendermos que o jornalismo

---

<sup>1</sup> Os estudos sobre as classes altas ainda são esparsos na sociologia e parte disso deve-se às dificuldades em acessá-las. Como afirmam Piçon e Piçon-Charlot (2007), as classes dominantes cultivam a discrição sobre seu modo de vida, sobretudo sobre as riquezas acumuladas. Além disso, os autores afirmam que poucos sociólogos se arriscam ainda a enfrentar situações de pesquisa em que a assimetria das posições sociais não lhes favorece.

cultural<sup>2</sup> funciona como uma instância de consagração de estilos de vida, assumindo um papel importante nas disputas simbólicas travadas entre os grupos sociais.

Em linhas gerais, as matérias da seção *Pode entrar!* ocupavam de 2 a 5 páginas da revista e eram compostas de um texto e de fotografias da decoração das moradias visitadas<sup>3</sup>. Tais moradias destacam-se pelo elevado investimento estético na ambientação que pode ser visto na presença de móveis de design assinado; nas peças adquiridas em antiquários ou herdadas por via familiar; na decoração detalhista de cômodos, como o lavabo; na presença de obras da arte, etc.

O grupo que participou da seção é formado por indivíduos que apresentam *estruturas de capitais* diferentes, em acordo com a dispersão na riqueza que caracteriza a classe dominante, na qual “a riqueza social pode compensar uma relativa mediocridade da riqueza econômica, e a riqueza cultural, atenuar uma falta, relativa, de relações” (PIÇON, 2007, p. 31). Essa dispersão, como demonstra Bourdieu (2008), faz com que essa classe seja atravessada pela oposição entre as frações ricas em capital econômico e (relativamente) pobres em capital cultural e as frações ricas em capital cultural e (relativamente) pobres em capital econômico e, além disso, pelo tempo de pertencimento à classe dominante, o que diferencia os antigos dos recém-chegados.

Para o autor (2008), é, sobretudo, nos estilos de vida que essas oposições se expressam com mais clareza, como, por exemplo, no modo como as diferentes frações da classe dominante se relacionam com os bens da cultura legítima, ou, nos diferentes sistemas de preferência e de aversão que exibem em relação aos domínios menos legítimos, tais como a alimentação, o vestuário ou a decoração.

Além de pesquisa documental com as matérias da seção, foram realizadas 19 entrevistas em profundidade<sup>4</sup> constituindo um *corpus* a partir do

---

<sup>2</sup>Como afirma Gadini (2009), ao abordar assuntos ligados ao campo cultural, os produtos do jornalismo cultural “instituem, refletem e projetam modos de ser, pensar e viver” (p. 81).

<sup>3</sup> As moradias são localizadas sobretudo no Recife e em menor número nas cidades vizinhas (Olinda, Camaragibe e Jaboatão dos Guararapes).

<sup>4</sup> Nas entrevistas, buscou-se uma representatividade do grupo social que caracterizou as páginas da seção *Pode entrar!*. Foram entrevistados três ocupantes de cargos públicos importantes (uma procuradora, uma professora titular, e uma auditora) uma produtora

qual essa comunicação apresentará três aspectos que se destacaram na construção do “bem morar” entre os indivíduos pesquisados: 1) o consumo artístico, 2) a conservação de mobiliário com caráter afetivo e 3) o modo específico de relação com os profissionais de arquitetura.

## 2. “Casa bonita é casa com arte”

Bourdieu (2008) define o gosto como a propensão e a aptidão no agente para se apropriar de uma determinada classe de objetos e de práticas. O autor nega a ideologia do gosto natural, afirmando que os gostos são produtos dos *habitus* de classe, sistemas geradores de disposições e percepções inculcados a partir de uma determinada posição no espaço social e dos condicionamentos sociais a ela associados, assim como decorrentes de outras posições que o indivíduo ocupa ao longo da sua trajetória social.

Das práticas associadas com a ambientação da casa do grupo social investigado nessa pesquisa, o consumo artístico se destaca como uma das mais importantes<sup>5</sup>. Nas moradias visitadas, a presença de obras de arte foi uma constante, desde as residências repletas de obras de arte àquelas que, na falta dos trunfos econômicos necessários para um capital cultural objetivado expressivo, apresentavam ao menos uma ou duas obras de artistas importantes, e, na ausência dessas, gravuras e fotografias. Abaixo, duas demonstrações desse consumo a partir das falas de duas informantes com alto capital escolar e ocupantes de importantes cargos públicos:

Tereza- Eu gosto muito de João Câmara, gosto muito de Eudes Mota, **tenho vários né?** Tenho Zé Cláudio também, aí tem Rodolfo Mesquita que acabou de morrer.

(Auditora da Receita Estadual aposentada, 60 anos, reside em apartamento na Av. Boa Viagem, renda mensal de R\$ 48 mil, aproximadamente).

---

Pesquisadora - Você tem alguns artistas preferidos?

Ingrid- Eu gosto atualmente, já morreu, de Tomie Ohtake, aliás, essa é uma **gravura** dela.

---

cultural, uma psicóloga, dois profissionais da área da comunicação, cinco empresários, dos quais duas informantes descendentes da oligarquia rural do estado, quatro artistas e quatro arquitetos consagrados nos campos artístico e da arquitetura de interiores na região.

<sup>5</sup> Os títulos das matérias da seção *Pode entrar!* já apontam para esse aspecto, a exemplo do que deu nome a esse tópico e de muitos outros: “Casa de colecionador”, “Arte em família”; “Curadoria afetiva”; “Poesia Cotidiana”; “Casa de criadores”; “O colecionador”; “Arte com vista para o mar”; “Casa-Instalação”, etc.

Pesquisadora- Você comprou? Ganhou?

Ingrid- Comprei no Instituto de Tomie Ohtake. Agora, acho que nem teria dinheiro para comprar, porque depois que ela morreu, valorizou. **Esse aqui foi um presente.**

Pesquisadora: Quem é o artista?

Ingrid- Esse é Burle-Marx. Assinado, tudo. **Gravura.** 1200. Quadragésima 1200. (Procuradora de Justiça aposentada, 71 anos, reside em apartamento no bairro da Boa Vista, 110 m<sup>2</sup>, renda mensal de R\$ 20 mil, aproximadamente).

Essas falas indicam como a estrutura patrimonial se expressa em diferentes modos de apropriação da arte, tal como Bourdieu (2008) apontou ao opor o “gosto burguês” ao “gosto intelectual”. O primeiro como característico das frações economicamente dominantes, marcado pela apropriação material e por um sistema de preferências voltado para as obras da *cultura consagrada*. O segundo como característico das frações economicamente dominadas, marcado pela apropriação simbólica de arte e guardando a forma mais pura da disposição estética.

Podemos observar que os relatos das informantes guarda afinidades com essa oposição, ainda que também se diferenciem desse modelo conceitual. No primeiro caso, a informante possui uma ampla coleção de obras, integrada por artistas consagrados, o que é possível graças a combinação privilegiada de capital cultural e econômico que, junto com o seu esposo (advogado), concentra. Já Ingrid apresenta estrutura de capital mais rica em capital cultural, de modo que as gravuras, e não as telas em óleo, aparecem como capital cultural objetivado. Abaixo, Ingrid expõe o alto investimento econômico que o consumo de luxo como o de obras de arte envolve:

Ingrid- Um quadro de José Cláudio é R\$ 20, R\$ 30 mil, depende do tamanho. **Um Câmara, R\$ 90 mil, R\$ 150 mil**, sei lá o que. **Então eu não tenho dinheiro sobrando para isso, para comprar.** Sobrando não tem para nada. Eu prefiro viver como os meus filhos vivem, no mesmo nível, não tem um riquíssimo o outro paupérrimo, não tem um mais ou menos não. Todo mundo é classe média.

Como afirma Bourdieu, as frações da classe dominante menos ricas em capital econômico, buscam o máximo “rendimento cultural” pelo menor custo econômico. Elas também costumam expressar distinção por meio da disposição estética em seu modo mais puro, tal como constituindo objetos comuns como objetos estéticos. Como exemplo, na decoração do

apartamento de Ingrid destaca-se uma série de bordados feitos por ela e, ainda, um manequim vestido com uma burca, presenteada por uma amigo que mora em Berna.

Já Tereza, mais próxima ao “gosto burguês”, tende a denegar os recursos econômicos envolvido na posse de obras de arte, em consonância com a distância das necessidades econômicas que caracteriza sua posição social:

Pesquisadora - E a maioria desses quadros foi vocês [ela e o marido] que escolheram?

Tereza -Tudo, tem muito pouco assim que a gente herdou, nessa multidão todinha, **teve três, quatro quadros, foi muito** [herdados].

[...]

Pesquisadora - A maioria é de leilão, é Tereza?

Tereza -Não, **muito de galeria.**

Pesquisadora - São muito caros?

Tereza -São caros.

Pesquisadora -Qual foi a obra mais cara que tu já comprou, Tereza?

Tereza – Lula [Cardoso Ayres]?

Pesquisadora - Lula?

Tereza - **Não sei**, tudo tem sua época, esse João Camarazinho aí, pequeno, tudo, escuro, foi caro na época, pra gente foi um esforço. Aquele Luciano na época foi, hoje em dia não vale mais (...) Reynaldo Fonseca, aquele grande ali também, Siron Franco também.

Pesquisadora – Geralmente vocês conseguem alguma negociação?

Tereza - **Não, não negocio, não, não negocio** [tom de voz categórico].

Em acordo com a riqueza multidimensional que caracteriza a classe dominante, observamos que os informantes utilizam diferentes capitais no processo de aquisição das obras. Como exemplo, dois colecionadores entrevistados na pesquisa, com *estruturas de capitais* muito diferentes, possuem em suas moradias robustas coleções artísticas. Um deles, bacharel em Direito, jornalista e historiador, possui uma coleção de cerca de 70 quadros. Ao relatar o processo de aquisição das obras, percebe-se que o informante compensa a relativa ausência de capital econômico, com o capital cultural e social advindo de sua trajetória de vida e por meio de amizades com figuras artísticas e políticas importantes.

Ricardo - **Paisagens eu gosto muito porque é mais barato.**

Pesquisadora - O que é que seriam as mais caras?

Ricardo - São as personificadas e depois a dos grandes artistas.

Pesquisadora - Mas você tem obras aqui, João Câmara por exemplo...

Ricardo - Porque apareceu a oportunidade de ter. **A de João Câmara eu comprei em 10x, não se esqueça que ele foi meu colega de Salesiano** [Colégio de padres tradicional no Recife], **então ele me fez**

**um preço todo especial**, Pompéia [marchand do artista] ficou irritadíssima, porque ele me vendeu uma peça em 10x... (71 anos, reside em uma casa no bairro da Torre, renda R\$ 10 mil, aproximadamente).

O outro informante é um empresário bem sucedido no ramo comercial, 54 anos, morador de uma cobertura de 300 m<sup>2</sup> na Av. Boa Viagem, e rosto assíduo nas colunas sociais da cidade. O elevado capital econômico, ascendente ao capital escolar – o informante não fez curso universitário, pois assumiu muito cedo os negócios da empresa do pai – lhe permite possuir um rico acervo de obras, composto de artistas canônicos e contemporâneos, estes últimos predominantes na sua coleção.

Desse modo, a estrutura do capital e a trajetória social tendem a definir o modo de aquisição - se por herança, pela compra em galerias, por presentes, etc. -, e de apropriação das obras (material/simbólica; pura/ingênua). O consumo artístico é o resultado da distância das necessidades econômicas que caracterizam a posição social desses indivíduos e que se traduz na elevada *estilização* da vida, de acordo com a qual um conjunto de propriedades exhibe a liberdade em relação às urgências práticas.

Ademais, o consumo artístico pode ser compreendido como parte importante do processo de transferência de capital cultural, de uma geração para outra, que caracteriza as famílias das classes altas, integrando mais a consolidação de um patrimônio espiritual do que econômico:

Pesquisadora- Mas tu vê isso [consumo de arte] como um investimento também?

Tereza- Não [enfática]! Vejo muito como investimento no sentido de ir investindo pra deixar a obra de arte pra meus filhos, pra meus netos, sim.

Assim como Tereza, os demais informantes negaram o consumo de arte como uma forma de investimento econômico. Os elementos da *gratuidade*, da *ausência de função* e do *desinteresse* foram utilizados por eles, demonstrando uma apropriação “legítima” da arte, no sentido da conformidade com os princípios que o campo artístico utiliza para demarcar a singularidade desse objeto e de sua percepção em relação aos objetos comuns (Bourdieu, 2011). Abaixo, trecho da entrevista em que uma

informante demonstra consonância com tais valores em resposta a mesma questão posta acima:

Eu não acho não, **pintura só vale pelo deleite de a gente olhar**, seu eu quiser vender um quadro agora, eu tenho um quadro aí de Anita Malfatti, um desenho de Anita Malfatti, se eu quiser vender, não custa 15.000 reais, uma coisa que foi da primeira Semana de Arte Moderna, não valoriza. Agora tem pintor que pipoca né? Eu vi um Muniz agora, que eu não entendo muita a pintura dele não, é descritiva, ele aborda assuntos, ele fez um negócio com o lixo lá no Rio de Janeiro, muito interessante, mas o homem vende adoidado para o mundo todo. Um **Romero Brito**, doido, **feia a pintura dele**, aquilo não é pintura, é um designer gráfico, vende até pra Kate Middleton, vendeu um quadro pra Harry e Kate, fico dizendo assim "meu Deus! a gente não sabe de nada" (Proprietária de Usina e primeira-dama da cidade entre 1975 e 1979, 81 anos, reside em um apartamento de 300 m<sup>2</sup> em Casa Forte, renda mensal entre R\$ 32 e R\$ 48 mil, aproximadamente).

Essa fala toca também na cisão que estrutura o campo artístico entre o polo autônomo e o polo comercial<sup>6</sup>, representados por Anita Malfatti e Romero Brito, respectivamente. Pelo próprio modo de funcionamento do campo, que se caracteriza pela concorrência dos produtores por legitimidade, ele fornece um universo de propriedades e de práticas que permitem os diferentes gostos se manifestarem. No âmbito do consumo, os produtos desse campo, hierarquizados pelo grau de legitimidade, levam a cisão entre o *consumo distinto* – dada a raridade dos códigos necessários para a apropriação de um bem– e o *consumo vulgar* – por ser fácil e comum, característico dos mais desprovidos de capital econômico e cultural (Bourdieu, 2008).

O consumo distinto baseia-se na posse de disposição estética e, geralmente se associa, com processos de transmissão de capital cultural que estão presentes de modo precoce na vida de um indivíduo e que permitem que ele estabeleça uma relação de naturalidade com os produtos da cultura legítima. Uma marca da experiência do entendido é a própria incapacidade de explicar os princípios de seus julgamentos (Bourdieu, 2008):

Pesquisadora -Como é que tu sente assim rodeada dessas artes?

---

<sup>6</sup> Bourdieu (1996) denomina esses polos como o *Campo de Produção Erudita* (CPE) – caracterizado pela produção para os pares e pela denegação do capital econômico em relação ao capital simbólico que traz legitimidade (de produtores e de produtos), e o *Campo da Indústria Cultural* (CIC), caracterizado pela produção subordinada aos critérios econômicos e mercadológicos.



Olivia -Eu gosto.

Pesquisadora -Te dá prazer? Tu acha importante na moradia ter arte?

Olivia -Acho, faz bem à vista. (Fundadora e empresária de tapeçaria de luxo, 85 anos, reside em um apartamento de 300 metros, na Av. Boa Viagem).

Guardadas as especificidades das trajetórias, a maioria dos informantes foi desde cedo estimulada ao refinamento do gosto, por meio da própria decoração das casas de infância e de inserções precoces em universos da cultura legítima (aulas de piano, passeios e viagens culturais, visitas à museus, modos à mesa, etc.).

Meu pai foi colecionador de arte, já chegou a comercializar arte na década de 80, pintura, tal, era admirador, investidor e comerciante, aí **também tinha isso entranhado lá em casa**, quando veio à tona, eu enveredei pra arquitetura porque eu achava legal, mas eu não sabia bem o que era, imaginava porque não tinha arquiteto na minha família, meu pai era empresário da área financeira também só que era um colecionador de arte, de pintura... (Leonardo, arquiteto, reside em Boa Viagem, renda entre R\$ 16 e 32 mil reais).

Em menor incidência no corpus, encontram-se os informantes que relataram a aquisição de competência cultural de modo mais tardio, através do sistema escolar e de processos socializantes vivenciados ao longo de trajetórias de ascensão social. O informante Alberto, funcionário público aposentado e empresário, é um exemplo de quem adquiriu o capital cultural de modo tardio: “Olha, eu desenvolvi a leitura intuitivamente, meu pai não era de ler, minha mãe não era de ler, lá em casa não tinha livros”. Seu pai era dono de uma pequena propriedade e a mãe dona de casa. Alberto afirma que não passou necessidades econômicas, mas tampouco teve contato precoce com os bens da cultura legítima. Sua trajetória é marcada pela ascensão por meio do capital escolar – o informante passou em um concurso no Banco Central com 22 anos – e do autodidatismo: “*Eu vim estudar música com 33 anos de idade, saxofone*”. Posteriormente, ele ingressou nos círculos abastados da cidade e tornou-se um conhecido promotor de festas e casas noturnas.

Na esfera do consumo artístico, as manifestações de gosto dos informantes se aproximaram muito do sistema de preferências que caracteriza o “gosto burguês”, voltado para apreciação e valoração das obras da cultura legítima já consagrada (Bourdieu, 2008). Dentre os nomes de

artistas mais citados e referenciados pelos informantes de modo espontâneo, na questão das preferências artísticas, se encontraram grandes nomes do panteão de artistas mais consagrados no campo artístico pernambucano, tais como Lula Cardozo Ayres, Samico, João Câmara, José Cláudio, etc.

Alguns informantes manifestaram aversões a algumas tendências da arte contemporânea, tal como o colecionador Ricardo que afirmou que *“em arte, você é um espelho, você se sente bem naquilo que lhe retrata, um poema, se não retratar você, você não gosta do poema”*. A mesma aversão foi encontrada na informante com maior capital escolar do grupo, uma professora titular, com origem na classe dominante. Já os informantes que apresentaram preferências pela arte contemporânea, têm em comum, o fato de ocuparem posições de disputa por legitimidade em campos específicos: um rico empresário que confronta, por meio da sua decoração “contemporânea”, a decoração característica das elites tradicionais do estado; e um arquiteto de interior, relativamente “novo” no campo de ambientação de interiores da cidade, e em processo de ascensão do capital simbólico.

Desse modo, fica claro como as práticas, tais como o consumo artístico, decorrem do *habitus* dos informantes, assim como das posições que eles ocupam nos diferentes campos. Bourdieu (2013) destaca que o *habitus* não atua sozinho como princípio gerador de práticas. É necessário que ele seja ativado pelas estruturas objetivas. Se alguma proeminência deve ser conferida ao *habitus* é porque ele tende a buscar atualizar-se em condições objetivas semelhantes àquelas nas quais ele se desenvolveu.

O consumo artístico consiste em uma das práticas por meio das quais esses indivíduos constroem fronteiras simbólicas entre si- de acordo com as frações da classe dominante com que mais se aproximam- e entre outros grupos sociais.

Uma amiga minha uma vez pra me impressionar, porque ela tava querendo namorar comigo, ela me chamou pra o apartamento dela, o apartamento dela dava pra você andar de patins, tinha cinco garagens, aí me mostrou o apartamento todo, cada salão enorme, tinha uma banheira de massagem que era uma coisa deslumbrante, aí eu olhei pras paredes e vi uma coisa, todos **os quadros eram do mesmo pintor**, aí eu vi que **ela não tinha gosto, ela chamou uma decoradora, a decoradora ganhou uma comissão de Zé Cláudio e encheu o apartamento dela de Zé Cláudio.**

Na fala acima, o informante Ricardo demonstra o quanto os *modos de uso* da obra de arte operam como demarcadores da posição social dos indivíduos e como o gosto atua no processo de identificação e de segregação entre os grupos sociais.

### 3. Preferências em mobiliário

De acordo com Bourdieu (2008), quanto mais os indivíduos se distanciam em relação aos universos mais escolares, para se aventurarem em regiões menos legítimas, maior é o peso da trajetória social na conformação das práticas. É no âmbito das escolhas mais comuns da existência cotidiana, como vestuário, cardápio ou mobiliário, que o modo de apropriação de capital cultural – se precoce ou tardio, se intenso, precário ou mesmo inexistente – torna-se evidente. Tais escolhas devem ser enfrentadas pelo gosto e fora das prescrições expressas, salvo aquelas que são estabelecidas por instâncias menos legítimas, tais como as revistas de decoração (Ibid., p. 76).

O modo de aquisição de móveis também é uma prática relacionada com os estilos de vida das classes, associada tanto à origem social, quanto ao nível de instrução do indivíduo. Membros da classe dominante, que são oriundos da burguesia, costumam herdar parte do mobiliário que compõem a ambientação da casa, tal como demonstra o relato da informante Eleonora, professora universitária, com origem social privilegiada (pai da informante foi um rico empresário e participante dos círculos intelectuais e políticos da região e a mãe, ortodontista):

Tudo aqui tem uma história, inclusive essa cadeira aqui, a gente brinca muito, porque **quando Jorge Amado vinha aqui**, Jorge Amado tinha amigo em todo canto, todo mundo era amigo de Jorge Amado, ele vinha uns anos aqui jogar pôquer, foi amigo do pai de Ingrid também, **quando ele ia na minha casa, ele sentava nessa cadeira, é uma cadeira L' Atelier...** (Professora Titular com pós-doutorado, 61 anos, reside em um apartamento de 200 m<sup>2</sup> na avenida Boa Viagem, renda mensal de R\$ 20 mil reais).

Já a informante Ingrid, citada no relato de Eleonora, provém da fração dominada da classe dominante, na qual a pobreza (relativa) em capital econômico, foi compensada pela riqueza em outros modos de capital. Seu pai de origem na classe popular, foi advogado, jornalista e político de ideais comunistas. Em seu apartamento, Ingrid guarda objetos de memórias na decoração, como o livro de memórias do pai e um quadro que emoldura uma dedicatória de Pablo Neruda a ele, quando se exilou no Chile no período da Ditadura Militar. Os móveis herdados por via familiar na ambientação também se destacaram nas moradias das duas informantes com origem social nas oligarquias rurais do estado, Cristina e Olívia.

Olívia - Antes do meu sogro morrer ele me deu essa sala de jantar, tem vinte cadeiras.

Pesquisadora - O estilo, como é mesmo?

Olívia - Acho que é *Chippendale*, mas isso foi feito na Casa Hollanda<sup>7</sup>, que era uma loja, uma marcenaria maravilhosa que Pernambuco tinha, e o museu hoje, eu tenho um trabalho também no museu, mas também não faço nada, eu vou às reuniões só.

Olívia, 85 anos, e seu esposo, provém de tradicionais famílias no estado. A decoração da moradia, que já apareceu nas páginas da revista *Casa Vogue*<sup>8</sup>, conta dessa trajetória ilustre. Olívia foi alfabetizada na Usina da família, por um preceptor particular. Posteriormente ela estudou no colégio de freiras *São José* em Recife e no tradicional colégio feminino *Des Oiseaux* em São Paulo. Sua formação contou ainda com uma estadia na Suíça, onde estudou línguas e história da arte. A informante abandonou o projeto de fazer Direito, quando casou com um, também, herdeiro de Usina. Olívia é empresária na fabricação de tapetes de luxo que reproduzem por técnica de bordado desenhos de azulejos portugueses. Abaixo, podemos ver em sua narrativa o vínculo entre sua atividade profissional e a sua origem social:

Olívia - ...eu era muito impressionada com o estilo de azulejos antigos, a gente ia à missa, meu pai dizia "um crime", aí eu via operário com picareta, eu acho que nem existe mais isso, picareta é uma ferramenta

---

<sup>7</sup> A Casa Hollanda foi uma loja de mobiliário de luxo, existente no Recife, de 1928 ao início dos anos 1970. Em uma época na qual ainda não existia o campo de arquitetura de interiores, a loja possuía uma equipe de profissionais que decoravam as casas de membros das elites locais. Sua atuação foi mencionada por muitos informantes que possuíam móveis provenientes dessa loja em suas moradias. A loja também funcionou como centro de exposições artísticas, o que significa que foi, também, polo de eventos mundanos.

<sup>8</sup> Outros informantes também expuseram suas moradias nessa e outras revistas da área de decoração, como a *Casa e Jardim* e *Casa Cláudia*.

com uma ponta derrubando as fachadas ali na Manuel Borba, por ali, Jeriquiti [nomes de ruas do Recife], era tudo cobertinho de azulejo antigo, e eu me lembro que papai dizia muito "isso é um crime, esses azulejos portugueses do século 17,18", e eu ficava com isso, então a gente começou, eu tive a ideia de usar o desenho do azulejo nos tapetes...

Um pouco da trajetória social dessa informante demonstra como a antiguidade de pertencimento à classe dominante converte-se em precocidade no contato com a cultura legítima. Tal como afirma Bourdieu (2008, p. 70), o capital cultural incorporado das gerações anteriores funciona como uma espécie de avanço e permite que o recém-chegado comece, desde a origem, e da maneira mais insensível, o aprendizado dessa cultura:

Eleonora - Essas louças é assim, os cristais é minha sogra que tem igual a minha vó...  
... Já aquela louça ali, que não parece, é inglesa, e a louça inglesa ela é em pedra, **ela não é como aquela francesa, fininha, entendeu? Ela é mais pesada, ela é diferente.**

Como demonstram esses relatos, um dos importantes significados da conservação de mobiliário e de outros objetos de utilização doméstica como louças, faqueiros, etc., é que eles servem de emblema da história da família e dos antepassados e atuam pra conservar e perdurar memórias que, em sua maioria, envolvem importantes personagens da vida política, econômica e cultural de Pernambuco. A conservação desses objetos deve ser compreendida como um dos meios pelos quais os integrantes das classes altas fazem perdurar seu poder simbólico para além da finitude dos seus agentes particulares.

Não é apenas pela herança direta de móveis que os indivíduos compõem uma decoração que busca apresentar ícones de pertencimento às elites tradicionais. Aqueles que possuem uma origem em famílias em decadência econômica, mas com elevado capital cultural, também reivindicam esses símbolos. Ricardo, por exemplo, afirma ter herdado poucas peças de família, contudo, sua opção por determinados móveis e estilos possui forte relação com o processo de construção da memória familiar:

Ricardo - E é por isso que vem a minha vontade de colecionar, porque meu pai sempre me mostrava o Museu do Estado como sendo **a casa que tinha móveis iguais à casa do meu avô, meu avô que era rico,**

então com isso aí eu passei a colecionar móveis, depois era muito móvel e pouca casa, livros, livros e saí, depois quadros.

A visita a museus pode ser vista como uma forma sistemática de aquisição de competência cultural, menos 'natural' do que aquela que se dá nos próprios interiores domésticos. Já os indivíduos que não tiveram origem na burguesia e nem nas frações desse grupo em declínio econômico, como Alberto, as preferências em mobiliário, e em outros domínios, demonstraram as marcas da aquisição tardia daquela competência cultural:

Alberto - Essas cadeiras aqui são muito famosas, essa cadeira aqui chama-se Cadeira Mole, Sérgio Rodrigues, **então você começa a ler e você começa a achar aquilo interessante** e aí um dia você tem dinheiro e você compra, entendeu? Mas assim foi fruto... **você vai estudar o mobiliário brasileiro**, aquele sofá, o cara não é nem tão famoso, mas casa muito bem com estilo da casa, entendeu?

O relato demonstra como as marcas da trajetória social, em condições de capital escolar equivalente, se expressam no sistema explicativo das práticas ou preferências, sobretudo, quando nos afastamos dos domínios mais legítimos. Os móveis de assinatura, no lugar dos móveis herdados, fornecem outros meios de distinção social, pois constituem um tipo de propriedade que requerem não somente um alto investimento econômico, mas a posse de capital cultural que possibilite decodificar o elemento da raridade dessas peças, inserindo-os, por exemplo, na história do mobiliário erudito brasileiro.

Tal como em relação às obras de arte, a estrutura do capital influencia no modo de aquisição de mobiliário. Os mais ricos em capital econômico afirmam comprar sua mobília em antiquários, enquanto os mais pobres nessa modalidade de riqueza afirmam frequentar brechós e outros locais de garimpo:

Fernanda - Nunca em antiquário, **antiquário é caro**, a gente sempre comprou em ferro velho, por exemplo, a mesa, o pé da mesa, resto da grade lá de cima (Produtora Cultural, 57 anos, moradia em uma casa em Olinda, 300m<sup>2</sup>).

...

Ingrid - **Porque nada aqui é comprado caro**, quando é comprado é muito barato. Isso aqui foi do lixo, essa cadeira foi do lixo. Essas cadeirinhas do São Luís [Cinema na região central do Recife], uma amiga minha me deu...

O modo de distinção que aparece nessas narrativas é aquele que coloca em evidência a competência cultural do informante, o “olho apurado”, para encontrar objetos de valor estético mesmo no “lixo” ou reconfigurar objetos comuns em objetos estéticos.

Assim, as preferências em mobiliário estiveram associadas à origem social e à estrutura do capital possuído pelos informantes, dirigindo-se para as peças de mobiliário que remetem à antiguidade de pertencimento as classes altas, ao mobiliário de design assinado, possível para as frações com elevado capital econômico e, ainda, ao mobiliário de “garimpo”, para as frações mais ricas em capital cultural. Tais preferências colocam em acento as marcas do *tempo*, seja aquele que remete à antiguidade de pertencimento aos círculos privilegiados, seja ao tempo levado para a inculcação dos códigos necessários ao consumo distinto e que envolve códigos de raridade mesmo nessa esfera da existência comum, como as escolhas em mobília.

#### 4. “Casa com alma” x casa feita por decorador

Além do consumo artístico, da conservação de móveis herdados e que denotem a posse de competência cultural em seu processo de aquisição, uma outra tomada de posição em relação à decoração dos informantes, consiste no modo de relação que eles demonstraram com os profissionais do campo da arquitetura de interiores. A fala da produtora cultural, Fernanda, é bem demonstrativa do que se configurou como o principal critério do que eles denominam ser uma moradia com “alma”:

Pesquisadora- Como é que tu descreve tua casa? A decoração...

Fernanda -Eu acho que **essa casa tem alma né?** Essa casa tem afeto, essa casa tem vida, eu começo falando disso e trago pra dentro da casa um pouco da história de vocês [refere-se aos pernambucanos, já que a informante é mineira e coleciona arte e artesanato de Pernambuco]...

[...]

Pesquisadora - O que acontece quando você contrata um decorador?

Fernanda- A casa perde essa alma que eu tô falando, ela não tem personalidade, **a casa fica sem personalidade.**

A valorização do que pode ser denominado por decoração autoral leva a uma espécie de interdição social no grupo, qual seja: contratar um profissional de arquitetura ou um design de interior para “decorar” a casa.

Enfatizando que em sua casa somente ele responde pela organização dos ambientes, disposição dos móveis, quadros e demais objetos, o informante Ricardo fez o seguinte relato: *“Quando chegava aqui alguém ‘eu vou trazer uma amiga minha decoradora pra dar uma sugestão’ já não entrava mais”*.

Os informantes, cuja estrutura patrimonial se caracteriza pela riqueza em capital cultural e (pobreza) relativa em capital econômico, foram aqueles que mais exprimiram aversão as casas “feitas” por arquitetos e decoradores, como demonstrou a fala de Ricardo, citada no tópico sobre o consumo artístico, sobre uma amiga cujo consumo artístico denunciou a contratação de um arquiteto por trás desse investimento estético e serviu para demonstrar uma ausência de “gosto”.

Desse modo, as moradias planejadas por arquitetos se configuram, para os informantes, como “moradias sem alma”, ou seja, sem vínculos com a trajetória de vida dos proprietários. Assim, eles concebem a contratação desses profissionais como demonstração de ausência de “bom gosto” e de estilo próprio o que acaba conduzindo a uma padronização das moradias projetadas por eles.

Tereza- [...] não gosto daquela casa que vem o arquiteto aqui e faz tudo. Na casa de uma pessoa, eu não vou dizer o nome, o arquiteto, ela teve que se desfazer, ela até me deu um quadro pra eu vender na galeria, porque ela adorava o quadro, mas o arquiteto não deixou porque tinha que ser cores terrosas, não sei quê.

Entre os informantes mais próximos das frações da burguesia, a presença do arquiteto na ambientação foi mais comum, contudo, sempre delimitada a determinados aspectos da ambientação – sobretudo referentes aos aspectos técnicos – ou justificadas por vínculos de amizade e familiares, o que aponta a riqueza em capital social. Para esses informantes, o arquiteto também deveria atender a determinadas credenciais sem as quais dificilmente seria contratado, como demonstra a fala de Tereza sobre a sua arquiteta, sobrinha de uma renomada artista plástica no estado.

Tereza - A mãe dela, Célia, é uma psiquiatra famosa, uma pessoa de uma sensibilidade. Tem uma coleção de arte linda, [nome da arquiteta] pinta também.

Pesquisadora- Vocês chegaram nela por quê? Gostavam do trabalho dela?

Tereza- A gente já conhecia porque ela era amiga da minha cunhada, a gente gostou, gostava de Dra. Célia, gostava do pessoal, empatia. E ela,



assim, por exemplo, ela adora... Ela faz "pelo amor de Deus, por favor, só peço uma coisa, quando vocês forem botar o quadro, me chamem pra eu botar junto com vocês". Aí ela, meu marido e eu, a gente fica aqui brincando "vamos fazer isso, vamos botar aqui". Foi assim nos três [apartamentos].

Vemos que Tereza narra a presença de uma profissional na decoração do apartamento, ao mesmo tempo em que delimita a sua atuação, ressaltando que as decisões sobre a decoração são sempre tomadas levando em consideração as suas preferências e as do seu marido: *“porque arquiteto é assim, eu acho importantíssimo ter arquiteto, porque ela é que vai botar as dimensões do meu guarda-roupa, agora quem diz o que quero sou eu e o meu marido”*.

Uma vez que os informantes enfatizam que a decoração das moradias é feita de acordo com o gosto pessoal, dificilmente eles realizam uma identificação dessas decorações em termos de um estilo ou tendência da arquitetura de interiores, tal como demonstra da mesma informante em resposta a pergunta: “você identifica sua decoração com algum estilo ou tendência de decoração?”:

Tereza- Não, acho que aqui foi mais junção de..., o estilo é mais meu e de [nome do marido], de juntar coisa, por exemplo, ali a gente começou com um jarro, aí ganhou outro jarro, aí foi pro leilão e comprou outro jarro, aí vem aqui, aí aqui a gente foi na África, comprou algumas coisas, é história, foi a minha viagem, esse jarro é chinês, eu não fui na China, me arrependo muito de não ter ido, porque tive várias oportunidades, mas, na época, não sei se os meninos eram pequenos, não sei porque foi que eu não fui, porque eu tive um amigo que morou lá, mas ele trouxe pra mim esse jarro no colo. Aí pronto, Abelardo da Hora a gente sempre gostou, muito ligado com eles, comprou essa escultura, tem aquela outra lá, isso aqui é uma maquete dele, essa é a famosa dele que a gente só conseguiu comprar há pouco tempo, que é Nega Fulô.

A decoração narra a trajetória de vida dos informantes, as viagens realizadas, os objetos herdados, os presentes, a relação com os bens da cultura legítima, etc.. O cosmopolitismo que caracteriza o estilo de vida de integrantes das classes altas é comumente expresso na ambientação das moradias, na constante exposição dos *souvenirs* trazidos de várias partes do mundo. Assim, as casas visam expressar uma riqueza cultural incorporada e objetivada em propriedades simbólicas.

No sistema de aversões que caracteriza esses indivíduos se encontram as moradias sem “personalidade” e, também, as que apresentam signos de ostentação, como demonstra essa fala do arquiteto Maurício e que também aponta uma tensão no trabalho de intermediários culturais, como os arquitetos:

Eu acho que um cliente que tem uma certa cultura você pelo menos consegue ter um debate com ele que é um debate maior, o argumento que você lança ele pode ser mais valorizável, pode ser mais compreendido, compreendido em profundidade, enquanto que os outros: difícil, **o cara só enxerga o que brilha, só enxerga o que reluz, só enxerga que o porcelanato tem que ser brilhante, ele não quer usar um porcelanato fosco, porque ele vai comprar o piso, ele quer aproveitar pra ter brilho, porque vai parecer que é mais rico, que é maior, então ele só enxerga o que é tangível, táctil...** (Arquiteto e urbanista, 47 anos, reside em um apartamento no bairro da Boa Vista).

Na fala abaixo, podemos observar que Eleonora demonstra o mesmo tipo aversão, provavelmente, ao mesmo perfil social citado pelo arquiteto:

...aí fizemos tudo de cerâmica Brennand aqui, ficou a cerâmica Brennand que hoje ninguém mais quer, porque diz que é escura, pessoal hoje só quer porcelanato, eu sei porque mamãe tá vendendo o apartamento dela com cerâmica Brennand, a primeira coisa é que “essa cerâmica é escura”, os banheiros são tudo cerâmica Brennand e o pessoal chega lá “quebrar logo esse banheiro”, entendeu? **É o gosto né?**

Através dessas falas, podemos inferir que essas aversões dirigem-se sobretudo, aos recém-chegados às classes altas, cujas decorações tendem a buscar ícones de riqueza condizentes com a nova posição social e que, dentre os recursos raros, “apropriam-se apenas daqueles acessíveis ao dinheiro, tais como os automóveis de luxo” (Bourdieu, 2008, p. 273). Abaixo, Alberto demonstra a direção das aversões estéticas ao estilo de vida desse grupo:

Alberto- Eu acho que assim, pode ser até preconceito meu, mas **coisas de novo rico é o quê**: o camarada começa a ganhar dinheiro, **não tem gosto** e enche a **casa de espelho, de vidro**, então tem até uns apartamentos aqui nesse meu prédio que você entra, parece que aquela casa ali é a casa de um estranho, não é a de quem mora...

Desse modo, as oposições que podemos traçar entre “casa com alma” e “casa de espelho” ou entre a cerâmica Brennand e o porcelanato, muito dizem da luta que as frações da classe dominante travam no espaço social para impor um estilo de vida legítimo e que também envolve a definição do

que é “bem morar”. A cerâmica Brennand representando o modo de morar das elites tradicionais e ricas em capital cultural, e o porcelanato representando o modo de morar do “novo rico”, cuja ausência de capital cultural ou sua limitação ao capital escolar, os impele a cometerem verdadeiros delitos estéticos, como a retirada do piso proveniente da fábrica de um dos artistas mais consagrados do estado<sup>9</sup>.

Como afirma Bourdieu (2008, p. 55), os gostos são a afirmação prática de uma diferença inevitável. Assim, não é a toa que quando solicitados a se justificarem, os gostos afirmam-se de maneira totalmente negativa, pela recusa a outros gostos, pois eles “são, antes de tudo, aversão, feita de horror ou de intolerância visceral (da ânsia de vomitar), aos outros gostos, aos gostos dos outros”:

Pesquisadora- o que você acha das casas que são feitas por decoradores?  
Ingrid- Detesto! Detesto! Detesto!

Tais aversões tendem a se direcionar para os vizinhos no espaço social, cuja competição por privilégios e recursos sociais se faz incessantemente.

## **5. Conclusão**

Nesta comunicação tratamos de um conjunto de práticas e propriedades que marca o que integrantes de frações das classes altas definem como “bem morar” na RMR. Em linhas gerais, demonstramos que essa definição se aglutina em três aspectos que caracterizam uma moradia como de “bom gosto” para os informantes: possuir arte; possuir memórias afetivas - atributo geralmente associado à conservação mobiliário ou objetos herdados - e possuir “personalidade”, ou seja, não terem sido “feitas” por profissionais de ambientação.

O consumo material e simbólico da obra de arte continua sendo uma das manifestações supremas de uma posição privilegiada no espaço social,

---

<sup>9</sup> Ao retornar de seus estudos na Europa, no fim dos anos 1940, Francisco Brennand resgatou as atividades da Cerâmica São João da Várzea, fábrica fundada pelo seu pai, em 1917.

da abundância de condição e de disposição. Já as preferências em mobiliário acentuam o elemento do *tempo*, esse produto raro no espaço social e que hierarquiza as classes, pois os objetos dotados de maior valor distintivo são aqueles cuja apropriação exige longos investimentos temporais. Por fim, a aversão às casas feitas por decoradores demonstram que a submissão ao arquiteto é tida como confissão de falta de capital cultural, traduzido pelos informantes, como a “personalidade” e como a “alma” da casa.

Estruturas patrimoniais e trajetórias sociais diferentes fazem com que, mesmo no interior do grupo representado na seção *Pode entrar!*, observemos disputas em torno do “bem morar”: o que será considerado como decoração mais legítima? Aquela que contém bens e propriedades que requerem um alto investimento econômico (design de assinatura, obras de arte, por exemplo) ou aquelas que contém bens associados a uma disposição estética mais pura (móveis garimpados e objetos vulgares constituídos como estéticos, por exemplo)?

A forma como os informantes conhecem os seus pares pelo gosto e como eles segregam, também, pelo gosto, os dissemelhantes, nos remete ao que Elias (2001) descreve como característico das sociedades de corte, na qual os cortesãos elaboram um conjunto de comportamentos por meio dos quais se diferenciam dos grupos sociais mais baixos, sobretudo, da burguesia. O que esse autor constata sobre a sociedade de corte, na qual “dedica-se uma atenção extrema a cada manifestação da vida de uma pessoa, portanto também a sua casa, para verificar se está respeitando a sua posição dentro dos limites impostos pela hierarquia social” (ibid., p.77), também é válido, guardadas as proporções, nas sociedades de classes, nas quais os gostos tanto unem como separam. Desse modo, se a burguesia deixou de “transformar a existência inteira em uma exibição contínua” (Bourdieu, 2008, p. 55), ela continua a utilizar o estilo de vida para demarcar sua existência e reproduzir os seus privilégios de classe.

## **6. Referências Bibliográficas**

- ARAÚJO, K. M (2006). *Consumo e reconhecimento social: a valorização do morar bem entre novas elites do Recife*. Tese de doutorado, Programa de Pós-graduação em Antropologia – UFPE, Recife.
- BOURDIEU, P. (1996), *Regras da Arte: Gênese e Estrutura do Campo Literário*. São Paulo, Companhia das Letras.
- \_\_\_\_\_. (2008), *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo, Edusp.
- \_\_\_\_\_. (2011), “O mercado dos bens simbólicos”. In: MICELI, Sérgio (org.). *A Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo, Perspectiva.
- \_\_\_\_\_. (2013), *O senso prático*. Petrópolis. Rio de Janeiro, Vozes.
- \_\_\_\_\_. (2015), *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. Porto Alegre, Zouk.
- COULANGEON, P. (2004), "Classes sociales, pratiques culturelles et styles de vie: le modèle de la distinction est-il (vraiment) obsolète?". *Sociologie et sociétés*, 1(36): pp. 59-85.
- DURAND, J. C. (2009), *Arte, Privilégio e Distinção. Artes Plásticas, arquitetura e arte dirigente no Brasil, 1855/1985*. São Paulo, Perspectiva/Edusp.
- GADINI, Sérgio Luiz. (2009), *Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro*. São Paulo, Paulus.
- LAHIRE, Bernard. (2002), *O Homem Plural*. Petrópolis, Vozes.
- \_\_\_\_\_. (2006), *A Cultura dos Indivíduos*. Porto Alegre, Artmed.
- PIÇON, M. (2007), “Sociologia da alta burguesia”. *Sociologias*. Nº 18. Porto Alegre.
- PIÇON e PIÇON-CHARLOT. (2007), *Sociologie de la Bourgeoisie*. Paris, La Découverte.
- PULICI, Carolina. (2010), *O charme indiscreto do gosto burguês paulista: estudo sociológico da distinção social em São Paulo*. 328p. Tese (Doutorado). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo.