INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem por objetivo analisar as representações envolvidas no universo simbólico da etiqueta[1], tendo como recortes de observação empírica a prática de ensino e aprendizagem na cidade de São Paulo, nos anos 1990, e os instrumentos midiáticos como *sites* na Internet, livros, revistas e programas televisivos dedicados ao tema.

Podemos dizer que a etiqueta tem sido difundida como se ela fosse um instrumental útil para "normatizar ou uniformizar" comportamentos em grupos sociais diferenciados engendrando pares de oposições do tipo "elegante/deselegante", "certo/errado", "masculino/feminino", "chic/brega", "grosseiro/polido". Nesse sentido, buscou-se entender como se desenrolam as relações entre os diversos grupos, de acordo com a posição que ocupam dentro da sociedade, na qual a etiqueta assume um papel de intermediação simbólica. Para aqueles que a escolhem como aprendizado e prática, a etiqueta significa ou comunica algo.

Mas como se dá a propagação e absorção da etiqueta na sociedade contemporânea à qual está associada e quais significados emergem dessa prática cultural?

É com as representações associadas à prática de ensino e aprendizagem da etiqueta que nossas análises estarão dialogando.

Nesse sentido, as fontes disponíveis sobre o assunto são variadas e potencialmente reveladoras dos argumentos que as pessoas se valem para elaborarem suas representações sobre esse assunto. Por isso, cientes dessas representações, passamos à investigação dos sujeitos envolvidos com a prática da etiqueta na cidade de São Paulo. Partimos de informações oferecidas por uma mídia diversificada como jornais (*Folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo*); revistas (*Claudia*, *Claudia Cozinha*, *Você S.A*, *Manequim*, *Água na Boca*, *Alta Gastronomia*, *Mulher Moderna Cozinha*, *Isto É* e *Revista da Folha de São Paulo*-encarte de final de semana)[2]; livros (de Claudia

[1]Entendemos por etiqueta um conjunto de regras associadas ao "bem comportar-se" e que estão geralmente associadas ao domínio de camadas mais altas da população. Nomearemos de "etiquetados" os sujeitos que valorizam este tema e para isso investem na compra de revistas, livros, assistem a programas de televisão, acessam *sites* na Internet sobre o assunto ou mesmo participam de cursos oferecidos na cidade de São Paulo.

[2] Os jornais e revistas que foram analisados abrangem o período entre julho de 2000 e fevereiro de 2002.

Matarazzo, Christine Yufon, Danuza Leão, Lynne Brennan); programas de televisão ("Mãe de Gravata"- Rede Mulher, "Mais Você"-Rede Globo, "Feito por Você"- Rede Mulher e "Note e Anote"-Rede Record), além de *sites* (www.claudiamatarazzo.com.br, www.etiquetasocial.com.br, www.uol.com.br/etiquetesima, entre outros)[3]. Os cursos de etiqueta (Escola Christine Yufon, Curso Ana Maria Rizzo, Curso Casa Gourmet & Art e Curso Livio Callado) que foram observados mais detidamente constituíram importante *locus* da pesquisa por representarem espaços privilegiados para o ensino e aprendizagem da etiqueta. Nesses locais foi possível ter acesso a grupos variados de pessoas que valorizam tais regras.

É importante salientarmos que as observações de campo nesses cursos só foram possíveis mediante pagamento ou matrícula em cada um deles, pelo fato de os consultores acreditarem que, mesmo sendo uma participação com vistas à elaboração de um texto acadêmico, alguma absorção de conteúdo aconteceria. Foram feitas, então, 32 entrevistas que envolveram professores e alunos dos cursos de etiqueta citados anteriormente.

Além disso, tivemos acesso a outros cursos - como o de Lígia Marques, Suzana Doblinski e Gianine Luiza - e seus conteúdos programáticos, técnicas e métodos de ensino, assim como entrevistamos os professores.

Essas entrevistas foram orientadas por um questionário semi-aberto composto por perguntas gerais que eram complementadas por indagações que surgiam durante a própria conversa com os entrevistados.

A observação e a interlocução freqüente com essas pessoas nos levaram a crer que a etiqueta está longe de ser uma noção pronta e acabada, mas caracteriza-se pela polissemia. Dessa forma, trata-se de um campo de representações que, em certo sentido, são conflitivas, já que não há um consenso, entre os sujeitos envolvidos, sobre o que ela seja de fato. Independente dessa "incerteza", um número considerável de pessoas recorre aos cursos com interesses diversos já que, neles, podem ter acesso a alguns elementos "concretos" que compõem esse universo.

Os professores e os alunos foram nossos interlocutores principais já que foi principalmente em conversas com eles que pudemos adentrar no universo plural de representações que envolvem essa prática cultural. Vale lembrar, como sugere Geertz (1989), que cultura é contexto. Logo, nossa pesquisa só ganha sentido se, tanto os

[3] Os demais *sites* que abordam o tema podem ser encontrados na bibliografia.

discursos dos sujeitos como suas práticas, forem pensados dentro da complexa rede de significados que constroem nos espaços observados.

São Paulo é uma metrópole conhecida nacionalmente como um "caldeirão cultural". A essa cidade, recorrem, todos os anos, migrantes de todo o país, em busca de melhores condições de vida, além de estrangeiros de todas as partes do mundo; em virtude disso, também ostenta a imagem de "cidade das oportunidades", seja de estudo, trabalho ou lazer. Nesse sentido, as pesquisas em antropologia urbana têm mostrado que, mais do que espaço de trabalho, a cidade tem sido utilizada para práticas diversas como o neo-esoterismo, práticas religiosas ou atividades de lazer (forró, futebol, etc.)[4]. Porém, a despeito da atenção dispensada pelos antropólogos às práticas culturais na metrópole, pouca atenção foi dispensada à análise do espaço que vem sendo conquistado pela etiqueta na cidade, ainda que sua propaganda apareça com freqüência em jornais e revistas de grande circulação na cidade.

A cidade de São Paulo pode ser considerada, nesse sentido, um bom exemplo de possibilidade de mobilidade social já que as chances oferecidas por ela são grandes. A etiqueta, na metrópole, se transforma em um instrumento de barganha, seja de melhores condições de trabalho, ingresso e movimentação em círculos sociais diferenciados, ou mesmo para redefinir noções há muito sedimentadas historicamente.

É com uma complexa sociedade metropolitana que as representações sobre a etiqueta dialogarão. A partir dos vários círculos de sociabilidade em que os sujeitos estão imersos - criados a partir do trabalho, do lazer e da educação -, as motivações e os significados envolvidos no processo de ensino/aprendizagem começarão a fazer sentido.

A abordagem de temáticas variadas nos diferentes cursos, *sites*, revistas, livros sobre o assunto e programas de televisão com pautas dedicadas à etiqueta também nos possibilita a análise de representações que são construídas em torno desses centros difusores do "refinamento". Na investigação dessas noções conflitantes acerca da prática da etiqueta, surgem diversas vozes emitindo opiniões particularizadas sobre o que entendem a esse respeito. Dessa forma, defendendo seu espaço de ação, os professores buscam diferentes maneiras de legitimar suas próprias noções sobre etiqueta, noções essas que os certificariam como a pessoa certa para aquele papel. O contato recorrente com os professores e alunos evidenciou questões bastante peculiares ao universo pesquisado.

---

[4]Ver os trabalhos de Magnani, J. Guilherme Cantor (1996, 2000), Rigamonte, Rosane (2001), Silva, Vagner Gonçalves (1995), Amaral, Rita (1992), Toledo, Luiz Henrique de (1994), para citar alguns.

Nesse sentido, a dissertação foi estruturada em quatro capítulos. No primeiro é feita uma análise de como a etiqueta vem sendo trabalhada enquanto objeto de pesquisa e a quais aspectos sociais ela aparece associada. O segundo, discute como a etiqueta, inicialmente atrelada aos domínios das camadas mais altas, sofre impactos na sociedade contemporânea transformando-se em mais um produto ou bem de consumo ao alcance da maioria da população. No terceiro capítulo, abordamos a questão da busca do "refinamento" que se expressa pela moldagem de corpos e comportamentos fazendo com que essa prática social possa ser vista em sua diversidade de significados. E, no último capítulo, discutimos o conflito simbólico travado entre duas concepções de etiqueta: a "herdada" e a "adquirida", ou entre uma distinção baseada na hereditariedade e uma outra que se constrói pela via consumista.

Dessa forma, esperamos que nosso investimento nesse campo venha a contribuir para novas discussões, dialogando com as demais produções sobre a etiqueta, Lembramos que a reflexão aqui desenvolvida partiu do ponto de vista dos sujeitos envolvidos com tal prática cultural, ou nos dizeres de Geertz[5], é uma "leitura de segunda ou mão feita sobre os ombros" daqueles observados por nós.

[5] GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro, Ed. Guanabara Koogan, 1989.

I

A etiqueta como objeto de pesquisa

As primeiras divulgações da etiqueta foram feitas por meio de tratados de humanistas, como foi o caso do holandês Erasmo de Rotterdam[6], no início do século XVI. Ainda na adolescência, Rotterdam tornou-se órfão e, na falta de recursos, seus parentes decidiram que o melhor seria mandá-lo para o seminário, onde poderia dar continuidade a seus estudos e trilhar uma carreira monástica. Ali, interessou-se mais pela literatura e pelo latim do que propriamente pela vida religiosa, dedicando grande parte de seu tempo aos livros, o que lhe trouxe um crescente êxito intelectual e erudição. A aprendizagem que tinha tido em latim facilitava a comunicação numa época em que essa língua gozava de uma importância crucial para um maior acesso à informação. A partir daí, teve a possibilidade de ir para Paris e depois para a Inglaterra, onde concluiu seus estudos em grego, passando a viver com os ganhos do que publicava. Sua fama de erudito despertou interesse em famílias de camadas altas da época, que o solicitavam para receber governantes, duques, etc[7].

Em 1530, publicou *De civilitate morum puerilium* (A civilidade pueril) a primeira tentativa de sistematização das "boas e más maneiras" de que se tem notícia. Nesse livro, o autor fornecia orientações sobre o comportamento que se devia ter em sociedade tais como as posturas, os gestos, o vestuário, expressões faciais etc. Rotterdam dedicou as orientações a um menino nobre, filho de príncipe, porém sua disposição mais ampla foi transmitir "os preceitos de civilidade pueril", ou seja, a educação de crianças. O tom utilizado foi de seriedade, embora, ao mesmo tempo, um certo sarcasmo ganhasse destaque no texto.

É importante ressaltar que o autor estava se dedicando à instrução de crianças através das "regras de civilidade", mas não abandonava a possibilidade de fazer uma crítica social como podemos acompanhar no preâmbulo do livro:

> "Não falta quem faça pintar leões, touros e leopardos em seus brasões. No entanto, só possui a verdadeira nobreza quem pode esculpir suas insígnias com tantos emblemas quantas as artes que cultivou". (Rotterdam,1995[1530]:10)

---

[6] Nome pelo qual ficou conhecido Desidério Erasmo.
[7] Ver ABRÃO, Bernadete Siqueira(org.) *História da filosofia*. São Paulo, Abril Cultural, 1999.

Ao mesmo tempo em que Rotterdam encontrava nesse tipo de literatura a forma de produção de sua sobrevivência, acreditava que a valorização dos signos de distinção, ou seja, as características exteriores que representavam a nobreza não eram suficientes, era preciso ir além disso e ter o conhecimento, a instrução, o cultivo da cultura, que estavam ausentes nessa camada social, segundo o autor.

O tratado enfocou assuntos como controle corporal, indicações sobre vestuário, comportamento indicado para locais religiosos e encontros em geral.

Inovadoras para a época, as regras de etiqueta passaram a ser consideradas algo que, mais do que uma evidência de poder econômico, agregaria algo especial aos nobres da época. Os comportamentos deveriam ser, a partir de então, orientados por um conjunto de condutas bem marcadas que definiriam o que era "certo" e o que não era. O que se considerava historicamente novo, era que uma fronteira havia sido traçada entre quem seguia esse comportamento e aqueles que, por impossibilidade ou por falta de vontade, não lhe atribuíam tanta importância.

Um dos pontos de grande ênfase, na obra de Rotterdam, é com relação à etiqueta à mesa. Esta é vista como forte símbolo de diferenciação de camadas sociais como o autor destaca:

> "Há gente que mal se aproxima e mete a mão nas travessas. Isso é coisa de lobo ou de quem devora as carnes da panela antes mesmo de serem feitas as libações aos deuses. Mergulhar os dedos no molho que está sendo servido é correto para o camponês; lamber os dedos engordurados ou limpá-los na roupa é descortês e inconveniente". (Rotterdam,1995[1530]:23)

O que se pode perceber é que o humanista define a civilidade em oposição à animalidade ou rusticidade, sendo estas últimas atitudes peculiares aos camponeses e não aos nobres.

Uma vez aberto o caminho, um outro manual foi escrito quase três décadas depois. Trata-se de *Galateo ou Dos Costumes* escrito por outro humanista, o italiano Giovanni della Casa, publicado em 1558 e considerado o marco cronológico de encerramento dos grandes títulos da renascença italiana.

Galateo é também um texto datado do século XVI, mas, se comparado ao de Erasmo de Rotterdam, apresenta algumas diferenças em termos da organização. Não está dividido em capítulos e apresenta-se sob a *persona* de um "velho rústico" narrador, que oferece instrução para um jovem discípulo sobre o "bem comportar-se", depois de

passar muitos dos seus dias nas cortes dos grandes senhores e ter aprendido alguns "refinamentos".

Podemos depreender dessas obras a idéia de que alguns comportamentos hoje considerados "inconvenientes" já estavam presentes no imaginário das elites do século XVI. A etiqueta já podia, então, ser vista como uma linha de fronteira entre o "eu" "refinado/ civilizado/ educado" e um outro "rude", não "lapidado".

No que se refere à etiqueta como objeto de pesquisa é necessário destacarmos que ainda são muito poucos os trabalhos e os autores que se debruçaram sobre esse tema e a colocaram como foco central de suas análises. O que se pôde encontrar foram artigos disseminados em livros que trabalharam temáticas como alimentação, corpo, moda e turismo. Mesmo em abordagens clássicas como a de Norbert Elias e outros autores dos quais trataremos adiante a etiqueta não é o ponto central da análise.

Dentre as primeiras análises sociológicas que buscaram a compreensão das boas maneiras como mediação social e como uma prática (re)definidora de padrões de comportamento no âmbito das relações sociais, podemos destacar a que foi construída por Norbert Elias. Este autor se dedicou a entender o longo "processo civilizador" de aprendizagem e transformação de hábitos e costumes ao qual a aristocracia européia se submeteu a fim de controlar suas pulsões. O tema das "boas maneiras" não constitui o objetivo central de sua obra, que se concentra na compreensão de como a sociedade descentralizada da Idade Média, sob o poder feudal, transformou-se em uma sociedade organizada sob a forma de Estados no Ocidente. Elias argumenta que a estrutura da sociedade se modificou concomitantemente ao padrão de comportamento, assim como a sua constituição psíquica. O senso do que fazer ou não, a fim de não incomodar ou ofender os circunstantes tornou-se mais significativo em conjunto com as novas relações de poder que emergiam. O fato de as pessoas passarem a ter uma tendência cada vez maior de observar a si e aos demais aumentou a coação interpessoal, assim como a exigência e ênfase em um "bom comportamento", que foi gradativamente colocado como requisito de inserção social. As prerrogativas de como se comportar se tornaram verdadeiros instrumentos de condicionamento ou modelação dos indivíduos à estrutura e situação da sociedade na qual viviam. Todavia, é importante destacar que esses comportamentos considerados "corretos" ou "incorretos" devem ser pensados em sua historicidade, já que variam de época para época.

Remontando à Idade Média, Elias se esforçou para recuperar o sentido e os significados que estavam aliados ao conceito de civilidade até chegar ao de civilizado

que conhecemos hoje, pela impossibilidade de se determinar um marco zero na história das “boas maneiras”.

A transformação dos comportamentos enfrentada pelos segmentos sociais superiores, desde o conceito de “*courtoisie*” (código comportamental da sociedade feudal dos cavaleiros) até o de “*civilité*”, traduzia um processo de transição que envolvia as sociedades cortesãs da época.

Mais tarde, porém, estendeu-se até os círculos burgueses que conquistaram ascensão social. O conceito de *civilité* expresso pela adoção de padrões à mesa como o uso de garfos, facas e colheres ao invés de usar a mão como utensílio, além das facas de peixe, facas para trinchar carne, sugeriram um “refinamento” dos hábitos. O simples uso de tais talheres e outros utensílios, segundo Elias, engendrou algumas mudanças significativas de comportamentos, como podemos acompanhar:

> “Houve um avanço já que, antes desse advento, as pessoas comiam no mesmo prato ou travessa em que o alimento era servido e o comportamento era aceito como natural. O indivíduo devia apenas evitar cair sobre o prato de servir como se fosse um porco”. (...) Os instrumentos aparentemente mais simples da civilização se desenvolveram lentamente, como o caso do lenço e do garfo também. O uso do lenço surgiu primeiro na Itália e se difundiu devido a seu valor de prestígio. As mulheres prendiam ao cinto o pedaço de pano ricamente bordado. Como eram caros e preciosos, no início seu uso não era comum e só ao fim do século XVI, com Henrique IV, começa a ter mais divulgação. Apenas dois séculos mais tarde é que o uso do lenço tornou-se generalizado, pelo menos entre as pessoas que alegavam saber ‘como se comportar’. (Elias,1994: 152)

Um processo lento de construção social da civilidade se desenvolveu, aumentando o desejo de sofisticar os hábitos, o que apontava um movimento de difusão do “ser polido”. O objetivo era afastar julgamentos maldosos associados ao fato de se mastigar emitindo ruídos, falar com alimentos na boca, etc., o que levava à rotulação de comportamentos “rudes ou grosseiros”.

Entre os séculos XVI e XVIII as sociedades de corte cresceram por todos os países da Europa e um dos exemplos importantes foi o reinado de Luis XIV na França. O grupo de cortesãos que gravitava em torno do rei diferenciava-se pelo vestuário, pelas expressões e modo de falar; marcas exteriores que denotavam, nesse círculo, distinção, prestígio e *status*. No entanto, o que se pretendia como símbolo de altivez passou a despertar desejos de ascensão em segmentos mais baixos, o que não foi muito bem vindo, conforme trecho a seguir:

> “Tal busca fez com que os que estavam acima se esmerassem em mais refinamentos, sendo nesse movimento de difusão para baixo, da desvalorização dos sinais de distinção que foi acontecendo um avanço do patamar do embaraço e da vergonha sob a forma de ‘refinamento’ ou como ‘civilização’“.(Elias,1994:201)

Essa abordagem clássica de Norbert Elias é de grande importância para compreendermos não apenas como se formou a noção de etiqueta, mas para entendermos mais adiante como essa prática cultural, na sociedade contemporânea, alcança camadas sociais mais populares, tornando-se um produto a ser consumido.

As interpretações avançaram e, entre 1983 e 1986, historiadores como Jacques Revel e Jean Louis Flandrin debruçaram-se sobre o tema e produziram artigos sobre o papel das “boas maneiras” que se tornaram clássicos. Ambos compreenderam o processo que envolvia as “boas maneiras” entre o século XVI e o XVIII como um período no qual houve transformações políticas e sociais que interferiram diretamente no comportamento inter grupos.

O objetivo de Revel foi desnudar os códigos aos quais estava associada à etiqueta, ou seja, descobrir a que estratos da população estavam associados e em quais momentos eram colocados em uso. Revel nos lembra que o século XVI foi um período marcado pela preocupação com as linguagens não-verbais, bem como com as expressões corporais associadas ao desejo de projetar o individuo para além de si mesmo, ocasionando o elogio ou a desaprovação do grupo social.

Sob o ponto de vista de Revel as “regras de civilidade” constituíram estratégias de ocultação ou dissimulação dos comportamentos da vida privada, sendo o indivíduo encerrado em uma relação de vigiar e ser vigiado.

Mas no que se refere à propagação dessas regras de civilidade, o historiador destaca que esse “processo de civilização” se desenrolou concomitantemente à transformação da sociedade e dos comportamentos, sendo a análise de manuais de civilidade entre os séculos XVI e XVIII considerada o melhor meio de se entrar em contato com as representações da sociedade sobre si mesma e sobre o comportamento que se devia ter.

Revel ressalta que houve uma intenção pedagógica em relação aos comportamentos, evidenciada pelos métodos utilizados de forma sistemática a fim de que se atingisse a transformação dos costumes. Enfatiza, porém, que as regras se diferenciavam conforme o grupo ao qual eram ensinadas e segundo a forma de

abordagem. O autor está interessado em descobrir qual era a lógica dos usos da "civilidade" através da história.

Revel assinala que, nascido de um projeto humanista, o tratado de Erasmo de Rotterdam[8], depois de alguns anos (na década de 1550), atingiu também as regiões afetadas pela Reforma, atribuindo à educação das crianças uma importância primordial; o foco era a disciplina e a obediência. A intenção dos reformadores era conter os ímpetos infantis considerados de má índole, através de severas regras de educação. Tal atitude deturparia o projeto inicial de Rotterdam que não era o de uma aprendizagem escolar da civilidade, mas no ambiente familiar e doméstico, porque só assim a criança poderia, efetivamente, encontrar exemplos que a ensinariam a viver.

No início do século XVII o ensino de regras de boas maneiras atingiu as escolas femininas em Paris. Em 1679, Jean-Baptiste de La Salle, responsável por escolas cristãs, retomou em termos gerais o modelo de Rotterdam na educação de crianças pobres da cidade, transformando seus comportamentos e, em 1703, publicou o tratado "Regras de decoro e da civilidade cristã".

É possível perceber que os usos da etiqueta se redimensionaram e, se num determinado momento eles eram apanágio dos filhos da nobreza, a difusão social dessa prática foi estendida também às classes populares, por meio de medidas assistenciais. Isso porque a própria idéia de homem passava por uma transformação e o modelo ideal seria o homem nobre "civilizado". Transmitir às crianças pobres tais regras significava repassar um comportamento tido como correto e, portanto, necessário.

No processo de transformação histórica destacado por Revel, aos poucos, as regras que antes diziam respeito somente a comportamentos em locais sagrados, à mesa, no leito, à manipulação de órgãos como o nariz, boca, ouvido etc., vão sendo superadas, passando a dividir espaço com disciplinas incluídas nos exercícios escolares como leitura, escrita, oração etc. Tal conjunto de regras, como destaca Revel, tinha um foco coletivo como vemos a seguir:

> "As regras de civilidade visavam a criar entre os homens as condições de um relacionamento agradável, lícito e, cada vez mais, conforme as reforçadas exigências da religião. Impunham a seus leitores comportamentos que satisfaziam as normas de uma sociabilidade cada vez mais imperativa situando todo ato individual sob o olhar de todos". (Revel,1994:185)

[8] "A civilidade pueril".

Um dos pontos principais para a aprendizagem era o comportamento à mesa pelo fato de ser visto como um ritual complexo, no qual estava em jogo a sociabilidade, ou seja, comer em companhia de outros; para isso era preciso ter controle sobre as funções do corpo e seus ruídos, já que o que mais importava era o que se via e escutava(o coletivo). Nesse sentido, *"a civilidade (ou como se diz cada vez mais, a honestidade) é, assim, a tradução de uma virtude individual e de uma vontade social"*. (Revel,1994:198)

É interessante notar que o que vai compondo a etiqueta desde a sua origem é a preocupação com marcas exteriores que distinguem ou separam camadas sociais. Aquilo que se capta no movimento dos corpos das elites, primordialmente em situações coletivas, é o que se almeja.

Nesse processo, a civilidade foi se tornando também um atributo moral, sendo remetida diretamente à honestidade. Percebeu-se, então, um conjunto de transformações em relação aos comportamentos sociais, em que a relação saber/poder – no que se referia às regras de etiqueta – que passou a definir as pessoas moralmente. A religião, cujo papel nas definições morais era crucial, também estava aliada ao ensino e aprendizado dos bons comportamentos. Para Revel, o rumo à civilidade significava o esquecimento do corpo em prol do rigor: a polidez pueril e honesta tornara-se cristã.

No século XVII, a sociabilidade era regulada pelas regras impostas pela corte de Luis XIV, ou seja, os comportamentos eram determinados segundo a posição do indivíduo na hierarquia social. O coletivo se sobrepunha ao individual em nome de algo que era mostrado através do comportamento à mesa, do vestuário, do controle das funções corporais até a conversação. No trecho seguinte podemos acompanhar a crítica feita por Revel ao exagero que permeia a construção da civilidade:

> "O projeto de um sistema de reconhecimento que deveria permitir a construção de uma sociabilidade regulamentada já não evoca senão normas autoritárias e uma comédia das aparências à qual as pessoas humildes ainda têm a fraqueza de conceder algum crédito. Antes que novos códigos de comportamentos coletivos se impunham, a civilidade faz um triste papel em face do triunfo provisório do indivíduo e de sua irredutível espontaneidade. A bem dizer a verdade, reduzida à pura exterioridade, ela provoca risos. (...) A civilidade é o que sobra quando não se aprendeu nada". (Revel,1994:208)

Essa crítica de Revel acerca da tirania da etiqueta remete a questões que emergem na pesquisa, como a apreensão com a "imagem social" ou mesmo com as

linguagens não-verbais que são encaradas como marcas de exterioridade capazes de delimitar os grupos através dos critérios da distinção.

Com uma abordagem complementar, o também historiador Jean Louis Flandrin analisou as transformações das relações sociais entre os séculos XVII e XVIII, no que concerne às distinções pela alimentação. Ou seja, as regras de "boas maneiras" à mesa, as manifestações de gula dos convivas, o cuidado para não se sujar ou não ser apressado ao comer, a proibição do uso dos dedos como palitos de dente ou como talher etc.

Flandrin lembra que a preocupação com a limpeza, no início do século XVIII, não era apenas um esforço de individualização, mas um sinal de "elegância" no convívio social.

Essa valorização da higiene é mais uma maneira de atingir a domesticação, mais um esforço para disciplinar o corpo com o objetivo de torná-lo "refinado" na sua aparência e, por conseqüência, símbolo de distinção.

Dessa forma, o empreendimento da etiqueta à mesa constituiu-se como estratégia para dificultar o acesso dos mais pobres, aumentando a distância social e reduzindo a convivência entre os dois pólos, já que, sem o domínio dos códigos estabelecidos, o contato ficaria cada vez mais difícil. Dessa forma, as "boas maneiras" em conformidade com os manuais de "civilidade" foram uma forma de segregação social a exemplo do que acontecia em outras esferas da vida social. No trecho a seguir podemos perceber como se operavam esses mecanismos de exclusão:

> " Pelo menos até o inicio do século XVII nem todas as pessoas sentadas à mesma mesa comiam os mesmos alimentos ou tomavam as mesmas bebidas. Era aconselhado que se estocasse vinho de qualidade inferior para os eventuais convivas de 'pouca monta' e guardasse bom vinho para si mesmo e para seus convidados de alta condição. Os tratados de civilidade - como os livros de culinária, manuais de trincho e outras obras relativas à alimentação – estavam repletos de recomendações sobre os pratos que se devia servir ao dono das casas e às altas personalidades que honravam a mesa com sua presença". (Flandrin,1994:273)

Acentuou-se, no século XVIII, o interesse em compartilhar momentos com um grupo que fosse homogêneo, marcado por uma afinidade cultural, de maneiras e gostos em todos os campos da vida, dos quais a alimentação era apenas uma das esferas. A preocupação principal era com o convívio. Flandrin assinala que esse "gosto" ou "bom gosto" estava relacionado com o uso de especiarias características da cozinha francesa -

elementos como alcaparras, limões, laranjas, trufas, cogumelos, etc. - que se tornavam, inevitavelmente, traços de distinção aristocráticos.

O esforço em reconstituir o "processo de civilização", cujo berço é a Europa, nos revela a etiqueta, desde o seu nascedouro, como um código de convivência baseado em noções de distinção e separação entre classes sociais.

Sendo assim, estas análises históricas são de grande importância para compreendermos e compararmos ao espaço e significado que a etiqueta conquistou na sociedade contemporânea. Ajudam a perceber a quais valores a etiqueta está atrelada no final do século XX, momento em que se intensifica sua difusão graças aos meios de comunicação de massa e, portanto, inicia-se uma aproximação das camadas sociais mais populares.

A noção de etiqueta como domínio exclusivo de camadas mais abastadas sofre, através da veiculação no mercado de consumo das mídias impressa e televisionada, uma tentativa de transformação. A idéia de "bom gosto" construída historicamente como privilégio de poucos, vem se tornando um produto oferecido a muitos. A presente pesquisa nos apontará justamente, até que ponto a elitização da etiqueta sofreu alterações.

Na década de 1990, o antropólogo Claude Rivière discutiu as "boas maneiras" sob o prisma dos ritos. A sociedade enfocada pelo autor foi a européia, mais precisamente a francesa, da qual faz parte. Como discípulo das idéias de Emile Durkheim, entendeu o rito da seguinte forma:

> "Como um conjunto de condutas individuais ou coletivas, relativamente codificadas, com um suporte corporal (verbal, gestual ou de postura), com caráter mais ou menos repetitivo e forte carga simbólica para seus atores, baseadas em uma adesão mental, eventualmente não conscientizada". (Rivière,1997:30)

O aspecto discutido pelo autor que, no caso, nos interessa, é a forma como aborda o tema, inserindo-o na chave dos ritos cotidianos. Rivière procura demonstrar de que forma as consciências individuais se deixam invadir pela consciência coletiva e compreender até que ponto, através do rito, pode acontecer a reafirmação da estrutura social com todos os seus matizes.

Discorrendo sobre as regras que envolvem a apresentação do corpo, como o aperto de mão, o abraço, a ocultação do corpo nu ou parcialmente nu, exceto em consulta médica ou na praia, o autor as interpreta como "ritos de evitamento",

carregados de códigos sociais. Dependendo da familiaridade entre as pessoas, esses códigos variam de acordo com o sexo, a idade, o grau de parentesco.

Além da compreensão da etiqueta - em termos de um conjunto de normas que apontam o que é certo e o que é errado na convivência em grupo - como um rito que mantém a ordem, o autor sugere que ela também traz implícita, uma "teatralização" que culmina com a negação do corpo, como se depreende do trecho a seguir:

> "Se o corpo é o elemento essencial de nossa inserção no tecido do mundo, a socialidade vivida comporta ritos de evitamento, reabsorção e escamoteação do corpo segundo os códigos em vigor. O corpo se dissimula ao mesmo tempo em que se coloca em cena na relação com o outro. Os ritos esconjuram o que há de perturbador em nosso próprio corpo e na vida cotidiana, a posição do corpo como carne é a do silêncio, discrição, anulação e até escamoteação ritualizada". (Rivière,1997:183)

A supressão do corpo "original" em prol de um corpo recoberto de signos que o faça ser reconhecido em sua distinção é de fundamental importância para entendermos os usos que se fazem da etiqueta na atualidade. O corpo como o centro de um sistema de montagens simbólicas, núcleo de relações com o mundo exterior transforma-se na "vitrine da pessoa, incorporando a ordem social através das normas que deve respeitar". (Rivière,1997:205)

Esse corpo "refinado" através do contato com as técnicas da etiqueta torna-se inclusive mais rentável e valioso quando se pensa nos inúmeros universos sociais aos quais os sujeitos estão inseridos.

A noção de "corpo disciplinado"[9] pelas "boas maneiras" e transformado em vitrine da pessoa nos ajuda a entender os motivos pelos quais se busca o refinamento nas sociedades contemporâneas, além do incentivo oferecido pela mídia nesse sentido.

Esse comportamento exterior é conferido tanto através do traje mais adequado às situações e grupos com os quais se convive, como também pelos aspectos que dizem respeito ao "cerimonial do comer" como rito, ou seja, as maneiras de estar à mesa, valores a ela relacionados, símbolos e proibições.

É necessário ressaltar que há, é claro, uma necessidade biológica no ato de comer, porém, "não comemos somente para nos alimentarmos, mas também por razões cerimoniais e sociais que operam uma escolha nas virtualidades alimentares fazendo com que se consumam símbolos juntamente com alimentos". (Rivière,1997: 243)

---

[9] FOUCAULT, Michel. Vigiar e punir. Petrópolis, Ed. Vozes, 1987.

Mesmo em encontros mais informais, Rivière assinala que há um ritmo, uma ordem a ser seguida, mas se for o caso de um jantar mais importante a ritualização aumenta e a preocupação com o vestuário adequado também fica maior, podendo sofrer constrangimentos os que não compactuarem dos códigos previstos, como revela o seguinte trecho:

> "O homem teatraliza sua relação com a alimentação em um cerimonial do qual são excluídos os que não conhecem as regras e os marginais que as ignoram. A sala de jantar é um teatro do qual a cozinha constitui os bastidores e a mesa é o palco. Nesse teatro, será necessário dar uma arrumação; nesse palco será necessário dar uma decoração; nessa cozinha será necessária uma verdadeira maquinação". (Rivière,1997:248)

Na verdade, o autor chama a atenção para o fato de que o processo de preparação dos momentos compartilhados à mesa se concentra nos bastidores - a cozinha, lugar dos serviçais, local onde os pratos já usados são limpos etc. *"A oposição cozinha/sala de jantar traduzia uma relação social entre senhores e domésticos e tornava-se a marca do modo de vida burguês"*(Rivière,1997:249). Esse tipo de comportamento, segundo o autor, foi se transformando, já que nos dias atuais é difícil dispor de tantos empregados.

Ainda hoje podemos perceber essa separação entre cozinha e sala de jantar, sendo o primeiro, o lugar onde tudo é feito e o segundo o local dos convidados, tanto que *"lugar de limpar os pratos não é à mesa juntamente com os convidados, mas na cozinha"*.(Rivière,1997:251)

A "etiqueta à mesa" é um dos temas que causa mais apreensões, por ser percebida como uma prática na qual se "colocará à prova toda a educação recebida".

Para Rivière, o rito da refeição apareceria como uma forma de reencontrar a família estabelecendo, assim, coesão social entre seus membros que, em tempos muito velozes como os que se vive na contemporaneidade, não conseguem encontrar muito espaço para a convivialidade. Em sua compreensão, compartilhar um momento significa compartilhar muito mais:

> "Comer juntamente com os outros ensina a viver juntos, a manipular um sistema de sinais e compartilhar uma cultura e ao mesmo tempo o objeto alimentar. Em suma, a refeição insere-se em uma sociologia da partilha, comunicação e comunhão".(Rivière,1997:260)

Rivière acredita que os ritos que envolvem o comportamento à mesa são pontuados por distinções eminentemente sociais e econômicas, ou seja, sua

compreensão segue as pistas de Pierre Bourdieu[10], no sentido de que a maneira como as pessoas se alimentam e se comportam revela sua posição social. O "bem comportar-se" à mesa funciona como um elemento de distinção, já que o que se come e como se come não é apenas uma questão associada ao poder aquisitivo, mas ao "capital cultural" e aos costumes que se internalizaram desde a infância.

A fim de compreender os valores que as regras de etiqueta têm para famílias de origem aristocrática francesas, o sociólogo Eric Mension Rigau fez uma pesquisa, em 1990, que apontou que os entendimentos sobre a polidez estavam associados a questões "religiosas", "formas de caridade e de amor ao próximo" ou ainda algo capaz de trazer "benefícios à ordem social e política, tornando possível a vida em sociedade".

O autor destaca a importância de se atentar para o longo e minucioso processo de aprendizagem no seio de tais famílias, desde a fase infantil :

> "O exemplo, a vigilância e o reforço são os métodos obrigatórios para uma educação bem-sucedida e toda a família mostra-se imbuída de um rigor atento. Todos afirmaram que a polidez é transmitida pelo exemplo e pela tradição oral. O aprendizado da polidez é feito por simbiose, não há manual" (Rigau,1993:173).

Há, por parte dessas famílias que se entendem aristocráticas, um profundo desprezo pelos manuais de "boas maneiras", pois, para elas, a distinção só pode ser adquirida com a família, pelo método do "ver e ouvir" e serve para marcar a diferença entre aqueles que "sabem" e os outros. A fortuna dessas famílias francesas pesquisadas por Rigau, mesmo que presente hoje apenas em seus sobrenomes e em seus hábitos, associa-se a uma certa aversão àqueles que ascenderam rapidamente, diferentemente delas. O domínio dessa polidez hereditária, segundo a maneira de pensar dessas famílias no que se refere aos gestos, ao andar, ao comer, à linguagem verbal etc., constitui-se como um meio de distinção social ou insígnias de classe.

Claude Zaidman foi outro sociólogo a preocupar-se com as "boas maneiras" à mesa e as interpretações que fez a esse respeito também são fruto de uma pesquisa feita na década de 1990, na França, com famílias de condições sociais inferiores, mas que tinham em comum uma preocupação de cunho educativo.

Sua questão era compreender as formas de transmissão das práticas relacionadas ao comportamento, os sentidos que os pais atribuíam a esse tipo de aprendizagem e que tipo de pessoa queriam formar quando valorizavam o "aprimoramento dos hábitos".

---

[10] BOURDIEU, Pierre. La distincion. Madrid, Taurus, 1988.

Zaidman afirma que os bons modos à mesa constituem o cerne das preocupações sociais. O “comer corretamente” com os utensílios adequados, as formas de mastigar, de se sentar, remetem a diferenças sociais. Seu domínio não faz com que se atinja concretamente a “distinção”, mas configura um comportamento e um momento em que se pode partilhar algo com outras pessoas.

A pesquisa de Zaidman apontou que, ao contato com o entrevistador, as famílias de origem mais humilde tentavam demonstrar um conhecimento que seria supostamente partilhado por pais e filhos, ou seja, queriam transmitir uma “boa imagem” que não fosse a de “caipiras ou rudes”. Cientes das atitudes que alguém supostamente “deve ter”, recorrer aos seus ascendentes significaria “inventar” ou resgatar uma tradição de refinamento que não era verdadeira.

Quanto à refeição como momento privilegiado de encontro familiar, percebeu-se que esta passou a conformar o ambiente de uma família mais abastada, já que em famílias com menos condições sócio-econômicas e nas quais a mulher tivesse conquistado espaço no mercado de trabalho, destacavam-se novas formas de alimentação para os filhos, como as refeições feitas em frente à televisão.

Nos séculos XVIII e XIX, o pai era a figura principal em torno da qual as reuniões eram feitas, cada um tinha o seu lugar e seu papel social, cabendo ao pai o direito legítimo de palavra, à mãe a resposta quando autorizada, além dos cuidados com a casa, a educação das crianças e a estas últimas o direito ao silêncio. No século XX, ao contrário, toda a rigidez e disciplina de comportamentos das épocas anteriores perderam espaço para atitudes mais moderadas, baseadas mais no convencimento do que na imposição.

Com uma abordagem complementar, a filósofa francesa Martine Lucchesi Belzanne relembra o processo histórico que envolve a elaboração e transformação das “boas maneiras”, situando a polidez e a cortesia na sociedade cortesã do século XVIII, momento em que esse tipo de linguagem corporal atuou inicialmente, na separação dos grupos sociais e foi, gradualmente, atingindo estratos menos favorecidos da população.

Belzanne afirma que se não é possível nos manifestarmos espontaneamente é porque, de certa maneira, principalmente na atualidade, o teatro da polidez passa a ser um mal necessário. *“Do mesmo modo que a roupa tem por função acentuar o desejo do outro através da imaginação daquilo que se omite ao seu olhar, a decência, a polidez, dissimula tudo aquilo que poderia ser desagradável“* (Belzanne,1993:34).

A essência da polidez passa a ser, antes de qualquer análise relacionada à moral, uma conformação e uma participação numa troca de signos fundados e produzidos através de acordos sociais com vistas à conformação dos comportamentos em relação e em consideração ao outro.

Belzanne sustenta que a polidez encobre elementos desagradáveis na convivência social e, nesse sentido, nos ajuda a entender o quanto o "refinamento" é consumido a fim de que os corpos sejam transformados para que sejam aceitos na coletividade. Isto nos demonstra como a etiqueta é acionada em alguns momentos com o objetivo de minimizar desníveis sociais, continuando porém, sendo uma marca de distinção.

Análises brasileiras da etiqueta

Uma das primeiras análises do tema no Brasil foi feita pelo filósofo Renato Janine Ribeiro em *A etiqueta no Antigo Regime* (1998).

Ribeiro destaca que os hábitos da sociedade medieval eram rústicos e a regra era comer com a mão, sem talheres ou pratos individualizados e tudo era feito de forma coletiva. Mas o que estava em jogo era uma questão de ordem política e de prestígio associada à opulência do alimento que caracterizava a sociedade aristocrática, em especial a nobreza. Era de grande importância servir um animal inteiro, já que esse ato constituía símbolo de muito poder.

Foi durante o século XVII que teria ocorrido uma separação das esferas pública e privada sob a justificativa da busca pela higiene e pelas regras de decoro. A insistência em tornar públicos os atos secretivos passou a ser vista como uma ameaça à saúde da população. Além da distinção dos comportamentos entre "bons para saúde" – geralmente aqueles que estavam de acordo com os manuais de civilidade – e os "condenáveis", havia a posição clerical, de acordo com a qual o corpo era considerado o "templo do senhor" sendo preferível sentir-se incomodado a livrar-se daquilo que o desconfortava.

Ribeiro traça também um panorama de como as "boas maneiras" foram se construindo e, para isso, utilizou-se da história, de análises como a de Norbert Elias e da literatura clássica italiana e francesa - Lampedusa, Molière e Proust, entre outros - para ilustrar o cenário que compunha o cerimonial da etiqueta no Antigo Regime. Vale

destacar que o refinamento dos hábitos sofreu um processo de difusão pela sociedade: o exemplo veio das camadas mais altas, sendo absorvido e almejado pelas camadas médias da população- burguesia- que visavam ascender socialmente.

A propagação da etiqueta aconteceu, então, pelas mãos desse grupo que desejava ser reconhecido por sinais externos que consagrassem o estatuto de nobre. Porém, foi com Luis XIV e, a mando deste, que houve uma devassa na corte na qual todos aqueles que não comprovavam a fidalguia através de pelo menos três gerações não eram considerados nobres pois, *"o que fundava a qualidade de nobre era um estilo de vida, desde que reconhecido por longo tempo"*. (Ribeiro,1998:13)

A moda, em termos de vestuário como forma de comunicação, foi outro elemento bastante significativo na vida social do Antigo Regime, pelo fato de, através dela, se poder perceber as distinções entre "refinados" e "rudes". Podia-se, também, acompanhar o movimento de grupos que conquistavam uma condição econômica melhor e tentavam imitar o gosto das camadas aristocráticas, porém, estas sempre inovavam a fim de se resguardarem.

A etiqueta, segundo a visão de Ribeiro, estava relacionada a uma estratégia política e, nesse sentido, não era suficiente ser "bem educado"; era preciso, através das "boas maneiras", demonstrar também o respeito por governantes e poderosos. Dessa forma, as estratégias que compunham o movimento político da sociedade do Antigo Regime colocou a etiqueta como importante força coletiva:

> "Cega às individualidades, à intimidade de cada um, a etiqueta dá curso a um jogo social entre personagens, a um baile de máscaras. A condição para a naturalidade do gesto cortesão, era, portanto, simples: que a sociedade com suas diferenças sociais parecesse estável". (Ribeiro,1998:58)

Chegando aos dias atuais, a análise de Ribeiro aponta a etiqueta, no Brasil, como um manual de ascensão social e numa sociedade de consumo como a nossa, *"em que é pequena a tradição cultural dos membros da classe dominante, o teatro das boas maneiras e da fineza que se pretende aristocrática pode facilmente descambar para o oco, o ridículo"*. (Ribeiro,1998:7)

Entretanto, é necessário destacar que o campo nos aponta outros elementos - que abordaremos mais oportunamente - a respeito da etiqueta que se distanciam um pouco da abordagem de Renato Janine Ribeiro conferindo uma maior complexidade ao tema.

Mas no que se refere à abordagem de cunho antropológico, Lilia Schwarcz analisando a construção da figura pública do monarca tropical D. PedroII, também nos oferece subsídios.

Schwarcz não teve como abordagem principal a etiqueta, mas discutiu a importação dos "bons hábitos" europeus para a sede da corte no Brasil, apontando uma contradição entre uma cidade em processo incipiente de urbanização e os almejados comportamentos "civilizados" das cortes européias.

A instalação da corte no Rio de Janeiro acarretou transformações que fizeram com que, por volta de 1860, a cidade carioca tivesse como modelo a ser seguido Paris. No entanto, a busca por melhorias como arborização, iluminação a gás, rede de esgoto, bondes, novas avenidas e novos hábitos de consumo constituiu-se como uma realidade contrastiva às ruas de trabalho escravo.

Na rua do Ouvidor ficavam as floristas, modistas francesas e lojas de comércio nas quais podia-se encontrar artigos requintados como os tecidos ingleses e modelos vindos de Paris. O local passou a ser símbolo dessa nova forma de vida que se pretendia imitar e passear pela rua do Ouvidor tornava-se sinal de *status* e pertencimento à "boa sociedade"- aquela que se pautava no mundo da corte como primeira referência no que tangia ao conjunto dos bons costumes da vida civilizada e seus parâmetros de distinção aristocrática.

A cidade fluminense, sede da corte, foi o grande centro irradiador que se opôs à província, com o papel de informar os melhores hábitos de civilidade. Nos teatros, nas festas, a sociabilidade era buscada já que o importante era ver e ser visto.

A proposta era "ser civilizado" como eram os franceses e, dessa forma, os comportamentos que contrariavam o conjunto de expressões previstas eram combatidos pela imprensa e proibidos por lei.

Contudo, "os projetos civilizatórios do Império foram ofuscados não somente pela escravidão, mas também pelo caráter isolado da corte e dos poucos centros urbanos que a circundavam. Percebia-se, ao mesmo tempo, a importância da corte como núcleo dos 'bons costumes', mas também, seu caráter de exceção, já que a moda era para poucos". (Schwarcz,1999:116)

Durante o século XIX, a passagem das relações sociais senhoriais para as do tipo burguês afetaram as vivências familiares e domésticas e, principalmente, as atividades femininas. Foi emblemática, nesse momento, a valorização de um estruturado

ambiente familiar, lar acolhedor, filhos bem educados, esposa dedicada ao marido, às crianças e isenta de qualquer trabalho que pudesse receber alguma remuneração.

A mulher de elite, com o desenvolvimento das cidades e da vida burguesa, passou a marcar presença em cafés, bailes e teatros, espaços urbanos que definiam os sentidos da modernidade no período. Porém, como estavam submetidas aos olhares atentos da sociedade, passaram a comportar-se em público pautadas por uma série de códigos de comportamento e a conviver de maneira "educada". Em locais públicos impunham-se regras para "bem receber" e "bem representar" a família diante de estranhos.

O "bom comportamento" cobrado para a mulher fazia-se necessário já que era sua função contribuir para a imagem da família que podia, com isso, ascender socialmente ou ao menos manter o *status* e prestígio já possuídos.

Além disso, a educação era um outro foco de investimento por ser considerada marca distintiva da elite. As famílias de mais recursos contratavam tutores particulares que preparavam as crianças para a entrada em liceus.

Depois de assinalarmos que era a corte que funcionava como centro propulsor de comportamentos "civilizados", é interessante entendermos que a elite possuía títulos de nobreza que, não eram baseados em critérios de hereditariedade, mas obtidos através de méritos. Dessa forma a etiqueta se fez notar a partir de suas marcas exteriores tornando-se um instrumento de grande importância, como salienta a autora:

> "A etiqueta se transformou em elemento fundamental para essa coletividade da exibição cuja influência implicava possuir uma série de privilégios. Era a etiqueta que garantia a maquinaria do cerimonial, o rigor do ritual, mas era também por meio de uma leitura dela que se identificava a intrincada hierarquia do mundo dos titulares e de fidalgos da corte". (Schwarcz,1999:163)

A análise de Schwarcz aponta para uma questão importante. Em uma sociedade multifacetada do ponto de vista cultural, a convivência com a importação de práticas e costumes europeus desencadeou um choque cultural que foi inevitável. Todavia, ainda que um campo de conflitos e negociações começasse a emergir, a autora não se alongou sobre o assunto, até pelo próprio objetivo de sua pesquisa.

No que se refere à produção acadêmica sobre o tema etiqueta na área de história, também são escassos as publicações, além de os encontrados exporem abordagens tangenciais.

Os trabalhos versam, geralmente, sobre a educação de meninas e a formação de mulheres no interior de escolas nos séculos XVIII e XIX, na tentativa de desvelar as relações de gênero, de classe e de raça que perpassaram o processo de escolarização.

Com o objetivo de compreender como foram produzidas as relações de gênero, os estudos buscam situar não só o quadro educacional mas também a interferência e o papel social das instâncias religiosas e familiares, os discursos das alunas, das professoras, as práticas escolares, os discursos formadores, as prescrições, os currículos, a convivência nessas escolas e as atribuições femininas tradicionais como ser "boa mãe, boa esposa e boa educadora".

As análises às quais tivemos acesso tratam da introdução dos novos hábitos que chegavam com a corte no Rio de Janeiro em localizações mais afastadas como Minas Gerais.

A historiadora Diva Gontijo Muniz, por exemplo, revela que até 1850 a sociedade mineira permaneceu refratária à idéia de construir uma imagem do país que o afastasse de seu caráter atrasado e rude e o impulsionasse em direção ao considerado "civilizado", "refinado".

Com a implantação da corte e o desejo de instauração de um estilo de vida burguês, o que estava em jogo não era apenas a modificação de comportamentos, mas o próprio discurso de modernização da capital carioca tinha em vista transformações muito mais profundas na economia, ocasionando uma reorganização das estruturas familiares, das atividades femininas e da sociedade em geral. Esse novo quadro social fez emergir novas formas de sociabilidade como o convívio em salões nos quais eram feitos saraus noturnos, jantares e festas.

Porém, as relações de gênero ainda eram hierarquizadas e descompensadas. Ao homem não havia restrições, ao contrário do que ocorria em relação à mulher, a quem cabia a dedicação ao lar e os afazeres domésticos, cuidados com os filhos e, conseqüentemente, ficavam bastante limitadas ao âmbito privado.

As mulheres que participavam dos encontros sociais eram geralmente da elite, no entanto, tal desfrute não era gratuito já que o objetivo era "bem representar" o pai ou o marido. O trecho a seguir, da socióloga Maria Ângela D'Incao, nos mostra como era a prescrição de comportamento nesses espaços públicos:

> "Essas mulheres tiveram que aprender a comportar-se em público, a conviver de maneira educada. Nos domínios públicos, como as salas de jantar e os salões, lugar

> de máscaras sociais, impunham-se regras para “bem receber” e “bem representar” diante das visitas. As salas abriam-se freqüentemente para reuniões mais fechadas ou saraus, em que se liam trechos de poemas e romances em voz alta, ou uma voz acompanhava os sons do piano ou harpa”. (D’incao,1997:228)

Coube às mulheres e às jovens um refinamento dos hábitos que as tornassem mais “educadas”, “distintas” e o acompanhamento que era feito inicialmente com a mãe em casa, depois passou para as mãos de preceptoras (tutoras) estrangeiras que lhes ensinavam conteúdos referentes às consideradas “boas maneiras” como bordado, pintura, música clássica, “civilidade”, literatura, etc., mais tarde aprimorados em colégios, religiosos, em regime de internato.

Essas escolas eram os espaços privilegiados para moças “bem nascidas” aprenderem regras de comportamento que estavam associadas a questões morais. Aos meninos eram impostas, também nesses colégios, normas rígidas e muita disciplina a fim de que se centrassem na aquisição de virtudes e conhecimentos, sendo atribuídos ao sexo masculino o direito e o direcionamento ao “mundo público”.

Um ponto interessante a ser ressaltado é quanto à boa educação concedida às mulheres, sendo que cabia a elas a instrução dos homens.

Tais colégios, pautados em uma educação religiosa, em certo momento começaram a entrar em discordância com as famílias que buscavam o aprimoramento no que se referia à boa convivência em sociedade. As irmãs religiosas possuíam outro objetivo, que era tornar as moças missionárias ou “boas cristãs”.

Além desse foco religioso, a sociedade mineira desse momento prezava a tradição familiar: resguardar as moças em internatos levava a crer que estariam protegendo-as por mais tempo da perda da sua “pureza”, inocência. Tudo girava em torno da construção de um modelo feminino e masculino de comportamento, somado ao modelo cultural europeu a ser seguido e à etiqueta enquanto expressão desse “estar no mundo”. Diva Muniz, a respeito das regras que compunham as “boas maneiras”, escreve:

> “Do modo de vestir-se à postura frente à política, a diferenciação de gênero vai sendo construída, via reiteração dos papéis, funções, atribuições apropriados a cada um dos sexos. ‘Civilizar as mineiras e, também algumas jovens de outras províncias, foi tarefa e desafio a que as vicentinas não se furtaram e, mesmo nelas se empenharam com vigor redobrado não apenas pelas pressões familiares e pelo propósito de que se achavam imbuídas de transformar suas alunas em “boas cristãs” e “boas mães” mas também, pela meta buscada de fazer com que as “preguiçosas”, “geniosas” e “rudes” mineiras adquirissem comportamentos e posturas “civilizadas”, ou seja, segundo o padrão cultural francês”. (Muniz,1997:258)

Podemos dizer que as análises acima mencionadas confirmam o quanto nos séculos XVIII e XIX os comportamentos sociais estavam atrelados a uma sociedade e uma educação profundamente patriarcais, cujos deveres e direitos de homens e mulheres estavam desequilibrados, fato que se transferia para a prática das regras de "refinamento".

As análises dos autores aqui destacados nos oferecem exemplos das transformações dos costumes e de como as relações sociais são ajustadas em busca da marca distintiva. Algumas focando-se num período específico, outras acompanhando esse processo através dos séculos.

Ao longo de nosso estudo, percebemos que as formas pelas quais a etiqueta opera numa sociedade moderna, como a da cidade de São Paulo em finais de século XX e início do XXI refletem avanços não apenas tecnológicos, mas também transformações sociais que vinculam novos papéis de gênero e padrões de sociabilidade, colocando em questão a conformação dos sinais de distinção que podem ser expostos nas expressões corporais e abalando a própria concepção de etiqueta que se torna muito complexa.

II

A etiqueta como consumo de bens simbólicos

> "*A aparência dos alimentos, os ritos de hospitalidade, a refeição festiva, os diferentes costumes ligados aos grupos sociais etc., não são somente objeto de consumo ou práticas sem importância, mas constituem elementos de uma estrutura de comunicação*."
>
> (Michel Maffesoli,2002)

Como vimos anteriormente, a noção de etiqueta tem uma origem historicamente determinada e relacionada ao fenômeno da ascensão social. Associado a círculos sociais mais elevados, o "bem comportar-se" foi utilizado como instrumento de distinção por meio de "gentilezas", das posturas ao comer, falar e gesticular, do vestir-se e até das relações interpessoais, que passaram a ser reconhecidas como símbolo de "elegância" e "refinamento".

No entanto, essas atitudes consideradas legítimas das camadas sociais mais ricas sofreram impactos na sociedade contemporânea, na qual sua exposição crescente nos meios de comunicação de massa transformou-as em produtos ou bens de consumo ao alcance de grande parte da população, tornando seus sentidos cada vez mais complexos. Emerge, assim, uma dificuldade em atribuir à etiqueta um sentido unívoco, já que passa a ser consumida de diferentes formas.

1- Meios de comunicação e mercado editorial

1.1- Programas televisivos

Apresentar agora os meios pelos quais a etiqueta vem sendo difundida, partindo de duas perguntas iniciais: como se dá essa divulgação e em que medida se ampliam os significados da etiqueta? Comecemos pelos programas de televisão[11] selecionados entre aqueles em que o tema etiqueta conquistou certa relevância.

a) "*Mais Você*"

O programa "*Mais Você*" é apresentado por Ana Maria Braga de segunda a sexta-feira, das 8:00 às 9:30h, desde julho de 1999, na Rede Globo.

[11] Os programas televisivos que foram acompanhados e analisados abrangem o período entre julho de 2000 e novembro de 2002.

Dentro do quadro destinado à etiqueta, há pautas relacionadas à culinária e decoração de mesa, cujo objetivo é proporcionar ao telespectador a possibilidade de preparar pratos e arranjos que muitas vezes são inspirados em famosas redes de restaurantes ou renomados *chefs* de cozinha. Essas pautas objetivam aproximar, principalmente da "dona de casa", a idéia de que é possível incrementar pratos ou oferecer um ambiente harmônico sem muito gasto.

O programa inclui, ainda, matérias relacionadas a turismo no Brasil e no Exterior com ênfase na culinária local, produtos regionais e pontos que merecem ser visitados em uma viagem.

Em determinados momentos do programa, uma outra esfera do universo da etiqueta - a moda - é salientada. Visando a instruir as telespectadoras no que se refere ao "bem vestir- se", conhecidas consultoras como Gloria Kalil são convidadas a apresentar as tendências de cada estação e a roupa adequada a cada tipo físico. Ainda nessa etapa do programa vêm as dicas de maquiagem adequada a cada tom de pele e dicas de cabelo, que também são dadas por consultores da área.

Como ocorre com freqüência nos outros programas femininos apresentados a seguir, neste também há um tipo de *merchandising* específico, com inserções durante o programa, que pretende atingir principalmente o público das donas de casa. Essa publicidade engloba desde produtos de utilidade doméstica, que são destacados como de grande importância para a dona de casa tais como esponjas de aço para limpeza cotidiana e temperos prontos que "agilizam a vida da mulher moderna", até medicamentos, suplementos alimentares, produtos de ginástica passiva que atuam na definição de músculos, fitas de vídeo que ensinam artesanatos e títulos de capitalização que facilitam a compra do carro ou casa desejados.

A linguagem utilizada por Ana Maria Braga é bastante simples, o que facilita a aproximação de seu público. O uso de expressões regionais como: "ô, trem bão" associada pela apresentadora à cidade onde nasceu que é São Joaquim da Barra, situada no interior do Estado de São Paulo, além do "acorda, menina!", faz com que ofereça ao público que está em casa, desanimado, um pouco de entusiasmo.

b) "*Note e Anote*"

Apresentado por Claudete Troiano, na Rede Record, este programa de variedades foi ao ar pela primeira vez sob o comando de Ana Maria Braga entre 1993 e 1998 de segunda a sexta-feira das 14:00 às 18:00h. Entre meados de 1999 e final de

2000 Cátia Fonseca o apresentou e, após algumas mudanças contratuais, Claudete Troiano assumiu sua apresentação. Inicialmente, permaneceu no mesmo horário, porém, atualmente, é transmitido das 9:00 às 12:00h.

Oferecendo ao público receitas de culinária, dicas de moda, estética, artesanato, etiqueta, decoração e saúde, o "*Note e Anote*" pretende, através de profissionais especializados, esclarecer dúvidas e dar informações que sejam úteis ao dia a dia da mulher.

Numa analogia com um bloco de anotações os quadros são intitulados de "mini cursos". Têm como elemento central a culinária e o artesanato com um enfoque capaz de proporcionar uma chance de ampliar o orçamento doméstico.

No quadro destinado especificamente à etiqueta há um consultor contratado pela emissora para ensinar aos telespectadores regras de comportamento que incluem noções de "certo e errado" nos encontros sociais ou profissionais. Para isso, conta com encenações de atores acerca de assuntos relacionados a trabalho, mesa, recepções etc., para que o público possa perceber com clareza o quanto "certos comportamentos não pegam bem", conforme destaca o consultor de etiqueta Fabio Arruda.

O objetivo da abordagem da etiqueta nesse programa é aliá-la ao sentido prático das coisas e comportamentos. Assim, ela é associada a elementos cotidianos e portanto acessíveis à população. A mensagem recorrente é que a preocupação com comportamentos "corretos, discretos e sérios" interfere positivamente no universo do trabalho e em relações sociais que envolvem família e amigos.

A visão dada sobre a etiqueta é ampla, ou seja, não contempla somente regras de comportamentos em festas, ambientes de trabalho ou em casa. O consultor de etiqueta faz reportagens externas mostrando culturas diferentes das ocidentais e com isso costumes que se modificam também.

c) "*Feito por Você*"

Este programa é apresentado por Miriam Sobral na Rede Mulher, de segunda a sexta-feira, das 15:00 às 16:30h, desde junho de 1999. Contando com uma fórmula nova na qual o telespectador pode escolher as pautas do programa, diferenciou-se dos outros programas femininos exibidos nas outras emissoras. O diferencial estaria em propiciar ao telespectador a decisão do roteiro a ser exibido diariamente sobre artesanato, culinária, saúde, etiqueta, decoração, estética, entre outros. Dentre as três possibilidades de pauta propostas pelo programa, uma é escolhida pelo telefone ou *internet*.

As opções para a votação são passadas para o público. As escolhas referem-se às pautas de “artesanato”, “etiqueta”, “coisa de homem”, “filhos” e “culinária”. No que concerne à etiqueta um dos programas observados elencou as seguintes possibilidades para a votação: etiqueta no trabalho; etiqueta em viagens e etiqueta em situações delicadas - esta última foi a mais votada pela população e venceu com 90% de interesse do público. Essa votação sugere que, possivelmente, a maioria do público – donas de casa - não tem condições de viajar muito ou não trabalham fora, logo lidar com “situações delicadas” acaba gerando um interesse maior. As pautas sobre artesanato dizem respeito a ornamentos, seja para decoração da casa como vasos, lustres, móveis, quadros, seja para a própria mulher, como colares, brincos, anéis, lenços pintados e bordados à mão etc.

Em outro momento, o cuidar de si mesma aparece nos comentários e demonstrações sobre “maquiagem” e, nesse caso, há um esforço da apresentadora em aproximar o tema do cotidiano do público, principalmente se o final de semana estiver próximo e faz isso chamando a atenção com frases que colocam as mulheres como pessoas que gostam muito de sair, “badalar” e para isso precisam estar com a maquiagem impecável. São mostradas técnicas de limpeza de pele, assim como as tendências de cores a serem utilizadas para o dia ou para a noite. Geralmente, o responsável pela maquiagem é do sexo masculino.

Miriam aconselha às telespectadoras que, ao procurar um maquiador, que expliquem qual o tipo de maquiagem que lhes interessa, além do lugar e situação a que está relacionada.

Em vários momentos do programa a apresentadora repete a grade de votação para o público e, muitas vezes, repete com ênfase: “você é a P R O D U T O R A. Tanta coisa você é obrigada a ver quando você liga o seu televisor. Tantas desgraças ou coisas ruins, aliás você é obrigada se quiser, senão muda de canal. Aqui não, o programa é totalmente feito pra você, então não tem porque você não assistir. Então, liga pra cá e fica comigo!”.

Pautas relacionadas à tapeçaria, joalheria e artesanatos em geral parecem ter grande importância para o programa, no sentido de oferecerem ao público a oportunidade de aprender um ofício que pode ajudar a gerar o próprio sustento de forma autônoma e “sem sair de casa” - como é sempre lembrado.

d) "*Mãe de Gravata*"

Este programa apresentado pelo cantor Ronnie Von foi ao ar em sua primeira versão entre o final de 1999 e o final de 2000 na rede CNT- Gazeta. Após algumas mudanças de transmissores desta emissora, o programa voltou a ser apresentado, de segunda a sexta-feira, das 15:00 as 18:00h, em meados de 2001 até maio de 2002, na Rede Mulher.

Sendo um programa feminino apresentado por um homem, o "*Mãe de Gravata*" tinha o objetivo de disponibilizar ao público majoritariamente feminino concepções e valores de um homem envolvido pelo universo feminino. É preciso destacar que o apresentador não foi escolhido aleatoriamente para comandar o programa, mas pelo fato de ser considerado um homem "feminino" no sentido de ser alguém com compreensão do "mundo feminino" pela própria experiência de vida que tinha tido, enquanto pai que detém a guarda dos filhos.

Como um programa de "utilidade pública", tinha reportagens relacionadas ao código de defesa do consumidor, entrevistas com "celebridades", agenda cultural da cidade, receitas culinárias, decoração, jardinagem, artesanato e etiqueta.

As pautas direcionadas à "etiqueta" eram realizadas de uma forma bastante prática, geralmente com um exemplo de arrumação de mesa dado por uma consultora de etiqueta, para que as pessoas que estivessem assistindo em casa pudessem ter uma idéia concreta do que estava sendo proposto.

1.2- Revistas

Outras formas de divulgação da etiqueta são as revistas[12], por meio das quais se entra em contato tanto com assuntos relacionados à culinária, gastronomia e tendências da moda quanto a vestuário e acessórios, requalificação profissional e recursos humanos. Dentre essas publicações estão:

a) "*Claudia*"

Esta é uma publicação mensal da editora Abril que começou a ser editada em meados da década de 1960.

Atualmente, é composta por seções intituladas: "atualidades", "moda", "corpo", "emoções & sexo", "trabalho & dinheiro", "casa & cozinha" e "criança & adolescente".

[12] As revistas que foram analisadas abrangem o período entre julho de 2000 e dezembro de 2002.

Na pauta referente à moda figuram dicas de trajes adequados a situações e diferentes estações do ano.

As orientações acerca das regras de etiqueta geralmente aparecem associadas a temas como "vestuário" e "moda", a partir dos quais são informadas tendências em termos dos tecidos, estilos de roupa e cores adequadas a diferentes situações e ambientes.

b) "*Manequim*"

Esta também é uma publicação mensal da editora Abril, que teve sua primeira edição em 1959.

A revista traz modelos de roupas, inclusive com a oferta de moldes que a leitora pode utilizar para a produção das roupas que lhe agradarem. Os exemplos de roupas vão desde aquelas úteis ao dia a dia, trabalho e lazer, até trajes indicados para ocasiões mais formais ou datas comemorativas.

A etiqueta é, nesse sentido, mais associada a questões de moda, vestuário e tendências de trajes adequados a diferentes situações.

c) "*Claudia Cozinha*"

O suplemento da revista *Claudia* chamado *Claudia Cozinha,* publicado desde 1997 pela Editora Abril, bimestralmente, é destinado à divulgação de receitas para o cotidiano e datas especiais como Natal, Páscoa e Ano Novo, "cozinha regional e história", "cozinha prática", "culinária e literatura", "cozinha internacional" e "receitas para microondas". Na seção "pitada da leitora" como o próprio nome diz, há a possibilidade de esclarecimento de dúvidas ou encaminhamento de sugestões, na qual se destina um espaço ao assunto "etiqueta à mesa" abordando tópicos como: uso de guardanapos, talheres, copos, que são respondidas por consultoras da área.

d) "*Mulher Moderna Cozinha*"

A revista *Mulher Moderna Cozinha,* que é publicada mensalmente pela Impala Brasil Editores, desde 1996, destina-se a oferecer receitas de fácil preparo para o dia a dia, mas também contém receitas mais tradicionais para final de ano. Ao lado dessas receitas, está a seção intitulada de "etiqueta", na qual há orientações quanto à forma mais agradável de receber convidados em casa, arrumação e decoração de mesa, tipo adequado de talheres a serem utilizados, juntamente com fotografias de mesas

decoradas para que as leitoras visualizem o exemplo que está sendo dado, como podemos ver a seguir:

(foto extraída da revista *Mulher Moderna Cozinha* de dez.2002)

A foto anterior traz, além do exemplo do que seria uma mesa "bem arrumada", elementos que demonstram que a etiqueta reside nos detalhe daquilo que será oferecido e recebido. Observando a imagem, podemos perceber que o valorizado "bom gosto" aparece simbolizado pelas dobras dos guardanapos com enfeites, pelo arranjo composto por frutas que embelezam e perfumam o ambiente. Essas atenções dadas a elementos que muitas vezes seriam pormenorizados constituem, como revela a imagem, pontos fortes na composição do universo da etiqueta.

e) "*Água na Boca*" e "*Alta Gastronomia*"

Já as revistas "Água na Boca", publicada mensalmente pela Editora Três desde 1997 e "Alta Gastronomia", publicada também mensalmente pela Editora AW desde 2000, dedicam-se sazonalmente ao tema "etiqueta", ou seja, tratam do tema em épocas especiais como final de ano, Páscoa, etc.

As duas publicações oferecem indicações de decoração de mesa assim como ensinam o uso e a preparação de utensílios, tais como guardanapos, copos e talheres.

Um outro tipo de publicação que também divulga as regras de etiqueta é destinado ao ramo dos negócios, ao universo do trabalho e aos recursos humanos, - dentre elas destacamos:

f) "*Você S.A*"

Esta revista é publicada mensalmente pela Editora Abril desde 1998 e destina-se à área de trabalho e recursos humanos. Dentre os assuntos relacionados à etiqueta estão, geralmente, regras para uso de telefones celulares, recepção de clientes/autoridades, uso de cartão de visitas, pontualidade nos compromissos, trajes adequados ao ambiente de trabalho e etiqueta e comportamento à mesa nos negócios.

A revista é organizada de forma a oferecer ao leitor exemplos de executivos (homens e mulheres) que conseguiram ascensão na empresa, de características valorizadas pelos "*headhunters*"(profissionais que ficam à caça de talentos), de cursos de atualização, além de dicas para a família no que se refere às finanças e de orientações para os chamados "*workaholics*"(pessoas que vivem apenas para o trabalho), a fim de que reequilibrem sua rotina e cuidem mais do próprio corpo e da vida.

Um último tipo de publicação contempla o universo das regras de etiqueta de forma geral, ou seja, destaca indicações de comportamentos nos mais variados espaços sociais pelos quais uma pessoa pode se movimentar.

g) "*Tudo*"

A revista *Tudo, que eu quero,* publicada semanalmente pela Editora Abril, desde 2000, é uma modalidade de publicação que visa informar os leitores a respeito de assuntos e acontecimentos que envolvem a política, economia, avanços da ciência na área médica, turismo, cinema, televisão e, ao lado desses temas, também possui uma seção destinada a dicas de etiqueta nomeada "*certo ou errado? "*. Nesta seção são apresentadas instruções sobre comportamento em situações variadas como encontros sociais, eventos profissionais ou mesmo situações domésticas e cotidianas.

h) "*Classe*"

Esta é uma publicação bimestral da editora exclusiva da TAM - Transportes Aéreos, veiculada desde 1988 que é composta por artigos de jornalistas e consultores

sobre assuntos variados como economia, turismo, gastronomia, entretenimento, política, resenhas de livros e, desde o final da década de 1990, investe na divulgação das regras de etiqueta.

Os artigos dedicados à etiqueta aparecem na seção "toque de classe", na qual há comentários sobre "ensinamentos básicos" como o uso do "obrigado, por favor e desculpe", controle dos gestos, gentilezas e respeito ao outro, formulados de forma descontraída e prática, para atualizar o conhecimento sobre a etiqueta.

1.3- Mídia Virtual

Outra forma de acesso ao conjunto de regras de "etiqueta" são os *sites* que abordam o assunto na *internet*.

Com o auxílio de programas de busca[13] na Internet, entre janeiro e fevereiro de 2003, utilizando a palavra chave "etiqueta" visitamos 127 endereços destinados à divulgação da etiqueta, em um total de 38977 encontrados. O resultado não é definitivo, já que o material encontrado sempre está sendo atualizado, além de surgirem diariamente novos endereços.

Nessa forma de aprendizagem o interessado encontra dicas e artigos sobre "etiqueta", que o auxiliam em assuntos como "culinária e gastronomia", "recursos humanos", "universo feminino", "informativo" ou "páginas pessoais de consultores de etiqueta". A seguir exemplificaremos alguns *sites* que investem na temática da etiqueta como informação útil a alguns setores da vida:

a) "*Culinária e Gastronomia*"

Os *sites*[14] que assim nomeamos oferecem geralmente sugestões de receitas, restaurantes, roteiros gastronômicos em viagens nacionais ou internacionais, livros sobre culinária de determinada região ou país, vinhos e orientações sobre etiqueta. O tipo de informação veiculada está relacionada ao momento à mesa, abrangendo o comportamento em restaurantes, a escolha do lugar adequado para confraternizações, encontros entre amigos, indicações de utensílios ou mesmo indicações sobre como receber convidados em casa.

---

[13] Os programas de busca utilizados foram www.yahoo.com.br e www.altavista.com.br a partir dos quais obtivemos resultados muito próximos para as palavras chave: "etiqueta" e "curso de etiqueta".

[14] Alguns dos *sites* nos quais podemos encontrar orientações sobre "etiqueta", principalmente, à mesa são: www.basilico.com.br, www.butterfry.com.br, www.hortifrutigranjeiros.com.br entre outros.

b) "*Universo Feminino*"

Nesta outra modalidade,[15] encontramos esclarecimentos a respeito de cuidados com a pele, tratamentos para retardar o envelhecimento precoce, exercícios físicos, dietas para quem deseja perder peso etc., ou seja, indicações para quem busca "beleza e boa forma". Mas não só, há também artigos sobre educação de filhos, cuidados e prevenções para acidentes domésticos com crianças e bebês principalmente, relação entre pais e filhos, diferenças de comportamento entre homens e mulheres no que diz respeito ao casamento, violência doméstica etc. No tocante à moda, são mostradas roupas adequadas a todas as estações do ano, tendências e cores, além de entrevistas com estilistas famosos como Alexandre Herchcovitch.

Aqui a etiqueta é associada às dicas para se obter sucesso em uma entrevista, ao papel da mulher no mercado de trabalho, etc., além de estar presente nas elucidações de dúvidas sobre comportamento no trabalho, à mesa, recepções, em datas comemorativas como festas de final de ano, páscoa, diferenças entre um jantar formal e outro informal entre outros assuntos.

c) "*Recursos Humanos*"

Esse tipo de *sites*[16] é voltado para estratégias e atitudes que garantam a manutenção do emprego ou a conquista de um, explicando o comportamento e o vestuário apropriados para comparecer a uma entrevista, tratando da elaboração de currículos, da atualização de conhecimentos etc. As dicas e/ou artigos sobre "etiqueta empresarial" dividem espaço com as preocupações de atendimento ao cliente, valorização de produtos e serviços que tenham qualidade, gerenciamento de tempo e de pessoal.

d) "*Variedades*"

Nesta classificação está o maior provedor de *internet* da América Latina, o *site* da Universo Online (UOL) reunindo notícias do Brasil e exterior. No que se refere à "etiqueta", há indicações sobre comportamento à mesa em variadas ocasiões como recepções, almoços de negócios, vestuário, cumprimentos e apresentações.

---

[15] Dentre os *sites* direcionados ao universo feminino destacamos como exemplo: www.paralela.com.br, www.obsidiana.com.br, www.mulherbrasileira.com.br.

[16] Podemos citar como exemplos: www.marketingpessoal.com.br, www.manager.com.br.

e) "*Páginas Pessoais de Consultores de Etiqueta*"

Nesta modalidade[17] existe a possibilidade de se ter acesso a páginas de consultores que oferecem dicas e orientações sobre comportamentos em diversos momentos sociais. Nestes espaços os consultores anunciam suas agendas de cursos pela cidade de São Paulo e em outras localidades do Brasil, publicam artigos e organizam fóruns (entradas específicas para as quais os interessados podem enviar suas dúvidas a respeito da forma adequada de se comportar).

1.4- Livros

O acesso às regras de etiqueta pode ser feito também por meio dos livros que, ultimamente, têm sido cada vez mais consumidos. Esse tipo de literatura que tem aumentado muito nas ultimas décadas de 1990, engloba desde dicas de "etiqueta à mesa" até vestuário, passando pela hospedagem, maquiagem e por recepções. Esses livros podem ser classificados do ponto de vista do estilo ("Manuais bem humorados" e "Manuais tradicionais) e/ou do conteúdo ("Manuais híbridos" e "Manuais para área profissional").

a) "*Manuais bem Humorados*"

Consideramos que *Etiqueta sem frescura* (1995), de Claudia Matarazzo, e *Na sala com Danuza* (1992), de Danuza Leão, são livros parecidos no que se refere à abordagem do tema, por utilizarem o senso de humor para tratar de normas e preceitos que tendem, no limite, para um certo rigor, dependendo de seu defensor. A primeira autora é uma jornalista que escreveu outros livros relacionados à decoração da casa, além de temas como casamento, relacionamento afetivo e amoroso e "etiqueta" na *internet*. A segunda, reconhecida como modelo ousada nos anos 1950, se dispôs a desmistificar as regras de etiqueta através de um livro que se pretende "descontraído como uma sala de visitas".

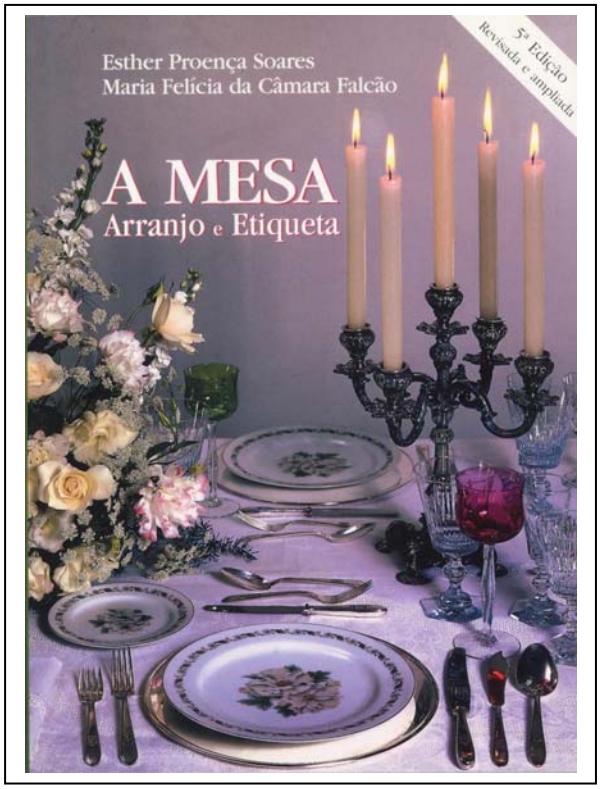
b) "*Manuais tradicionais*"

Nesta categoria enquadra-se o livro *Etiqueta- comportamento: dicas para todas as ocasiões* (1995) e *A mesa: arranjo e etiqueta* (2002), que possui características de

[17]Destacamos entre as páginas dos consultores: www.uol.com.br/claudiamatarazzo (Claudia Matarazzo), www.cursodeetiqueta.com.br (Ligia Marques), www.etiquetasocial.com.br (Livio Callado), www.gianineluiza.com.br (Gianine Luiza), entre outros.

um manual mais tradicional sobre o tema. Chamamos de “tradicional” por detalhar os aspectos da “etiqueta” de uma maneira mais formal e convencional.

Como exemplo dessa abordagem mais clássica destacamos a segunda obra acima indicada no qual podemos perceber a partir da capa, ilustrada com castiçais, talheres, pratos e taças um tom mais tradicional, assim como a sugestão de uma situação mais formal. A capa está em total consonância com o conteúdo da obra que pode ser observada abaixo:



(ilustração referente à capa do livro: *A mesa: arranjo e etiqueta*, 1997)

c) “*Manual híbrido*”

É relevante aqui o livro publicado pela consultora de “etiqueta” Christine Yufon sobre a valorização do feminino. Em *Toda mulher pode ser bonita: guia de valorização pessoal* (1998) a consultora recupera elementos da cultura oriental chinesa, que é o alicerce da autora, e nos faz lembrar a literatura de “auto-ajuda” que tanto tem conquistado leitores atualmente. Enquadra-se também nesse tipo de literatura o livro do consultor Livio Callado, *Relacionamentos interpessoais: marketing interior* (2002), que investe na idéia de etiqueta associada ao *marketing* pessoal.

d) "*Manual para área profissional*"

Nesta modalidade encaixam-se, entre outros, *Boas maneiras & sucesso nos negócios* (1996) e *Etiqueta no mundo dos negócios* (1994) cujos eixos estão na área profissional e nas reuniões interculturais. A etiqueta, nesse tipo de abordagem, é vinculada a comportamentos no universo do trabalho, buscando dar subsídios para o "encontro com o sucesso".

1.5- Vídeos

Uma última forma de se ter acesso ao conjunto de regras de etiqueta são os vídeos. Um dos poucos encontrados foi o vídeo-curso intitulado "Etiqueta para o sucesso pessoal", elaborado em 2000 pelo Centro de Produções Técnicas da Universidade Federal de Viçosa. O trabalho com o conteúdo referente à etiqueta ficou a cargo das consultoras Valéria Vitarelli de Queiroz e Júnia Zacour del Giúdice, ambas formadas em Economia Doméstica e atualmente professoras do Departamento de Nutrição e Saúde da mesma universidade.

O vídeo aborda desde comportamentos à mesa em recepções até encontros sociais com família e amigos, passando pelos jantares mais formais.

2- Um mercado de consumo peculiar: a construção da etiqueta em escolas e cursos

Podemos dizer que o valor da "etiqueta" como bem simbólico no final dos anos 1990 e início do século XXI tem crescido amplamente, como demonstramos na apresentação dos meios que a veiculam. No entanto, as regras de "refinamento" têm encontrado outros espaços peculiares em que são consumidas, tanto em instituições educacionais, quanto em cursos e palestras que abordam o tema.

A etiqueta na sala de aula

Atualmente, a etiqueta constitui-se como disciplina acadêmica em cursos como Turismo, Hotelaria, Relações Públicas, Gastronomia, Relações Internacionais e Secretariado Bilíngüe em várias universidades paulistanas e em outras localidades. As faculdades têm investido na formação de profissionais que possam sair para o mercado de trabalho munidos de instrumentais que os façam conquistar "sucesso" e, dentre esses elementos que possam lhes ajudar a "vencer na vida", está o domínio da etiqueta.

O contato com esse universo de códigos culturais em escolas e cursos que são oferecidos na cidade de São Paulo permite ver e participar de um momento de etiqueta à mesa, aprender a reconhecer o que compõe uma postura "elegante" a fim de atingir uma comunicação satisfatória tanto em universos familiares, quanto profissionais. Porém, diferentemente de outros meios através dos quais se pode ter acesso a esses conhecimentos sem muitos gastos, essa modalidade, com exceção de alguns cursos gratuitos oferecidos por *show-rooms* de marcas famosas de eletrodomésticos, os outros cobram mensalidades que ultrapassam o valor do salário mínimo vigente no país.

Um dos aspectos importantes que se observa nesse mercado é a falta de consenso sobre o que é a etiqueta, o que possibilita a esse público, um consumo diversificado de formas de ensino e aprendizagem associadas a essa prática cultural.

Outro elemento significativo é o fato de se estar "face a face" com o consultor e ver pessoalmente as regras que constituem o universo do "refinamento", o que acaba despertando interesse e preferências no público. No entanto, não se pode esquecer de que existe também um imaginário popular que circunda a "etiqueta" e que também influencia a escolha por um curso e não por outro.

Esses cursos oferecem conhecimentos sobre beleza, cuidados com a pele, maquiagem; recepção de convidados; etiqueta à mesa, etiqueta empresarial, comportamento social e elegância. Recentemente, foram incluídas técnicas relacionadas à decoração e harmonização de ambientes, pautadas na cultura oriental do *Feng Shui*.

Um espaço intitulado de "*Casa Gourmet & Art*" propõe um aprendizado mais aconchegante. Seu ambiente "doméstico" pontuado por características de "bom gosto" como o que alude a palavra "gourmet" - um apreciador do "refinamento" gastronômico - é convidativo.

Este funciona tanto como o *show-room* das marcas Arno, Rowenta e T-Fal quanto um local no qual são oferecidas aulas gratuitamente. Essas aulas dividem-se em dois blocos: etiqueta/beleza e culinária e têm duração de uma hora e meia nos períodos da manhã, tarde e noite. O freqüentador pode, após o termino das palestras, esclarecer suas dúvidas com a consultora.

A aula gratuita é também uma maneira de fazer o público se interessar pelos produtos expostos naquele espaço. Esse público pode observar a utilidade dos produtos que são, na sua maioria, eletrodomésticos, seja na recepção, onde há copeiras servindo café ou chá, seja na sala de aula com a professora.

Para aqueles que não têm a possibilidade de custear um curso desses pelos seus altos preços talvez o *slogan* “de braços e portas abertas para receber você” ofereça uma espécie de consolo, como podemos visualizar, a seguir, no folheto que é dado ao público no ato de sua inscrição ou comparecimento à aula:

(ilustração referente ao folheto oferecido no curso “*Casa Gourmet & Art”*)

Notou-se, como nos outros cursos, a maior freqüência de um público feminino, o que sugere que ainda existe um imaginário que considera a etiqueta como preocupação eminentemente feminina. Em temas como “etiqueta empresarial” a freqüência de homens aumenta um pouco mas, mesmo assim, de forma não muito expressiva.

Já em um instituto como o *SENAC- Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial-*, reconhecido pelo seu enfoque profissionalizante, podemos perceber uma presença masculina maior, justamente pela esfera do trabalho estar relacionada historicamente aos homens. A busca de marcas que possam tornar esse sujeito mais “elegante” perante o universo em que transita soma-se à acessibilidade dos preços[18] e à importância da presença dos consultores.

[18] No SENAC, o preço desses cursos varia de R$ 60,00 a R$ 200,00 sendo oferecidos em várias regiões da cidade de São Paulo com duração de 2 semanas a um mês.

Dentre as opções para aprender a "etiqueta empresarial" vale mencionar o "*Instituto Doblinski- International Behavior Consulting*", que oferece cursos[19] que abordam e dedicam-se, principalmente, às regras referentes ao encontro intercultural ou à chamada "etiqueta internacional ou estrangeira". Tendo iniciado suas atividades na cidade de São Paulo em 1992 e prestando consultoria na "área comportamental" ensina técnicas, sobretudo, para executivos que necessitam manter relações cordiais com clientes e profissionais de outras culturas. É uma empresa que se define como alternativa de "treinamento para atender às necessidades do profissional globalizado".

Numa realidade competitiva como a do universo dos negócios, este "profissional globalizado" se sente quase impelido a consumir códigos que, se não trouxerem benefício a curto prazo, pelo menos não o farão ficar em prejuízo devido a um "deslize" intercultural. É necessário ressaltar que essa compreensão da etiqueta tem crescido a partir do final dos anos de 1990, demonstrando o quanto às empresas têm uma forte representação da etiqueta como garantia de "boa marca" para a "prosperidade".

Quando o que se busca é um "refinamento" de fundo mais individualizado, em contraste com o corporativo, a solução fica nas consultorias que privilegiam grupos menores, assim como interesses (motivos) pontuais e personalizados.

A "*Escola Christine Yufon*"[20], que atua numa vertente oriental de ensino da etiqueta, graças à origem da proprietária e consultora da escola de mesmo nome, tem interferência na escolha do público freqüentador constituído essencialmente por mulheres.

A associação da etiqueta à cultura milenar chinesa constitui a justificativa para a escolha ou rejeição desse tipo de curso, já que os freqüentadores, quando procuram tais aulas, já possuem representações sobre a "etiqueta", fato que contribui para o consumo de um tipo de aula e não de outro.

Yufon foi manequim e deu aulas durante muitos anos para formação de profissionais nessa área, trabalhando com estética. Essa é uma característica que chama muito a atenção das freqüentadoras. O seu modo de caminhar, sentar, gesticular, começa

---

[19] O Instituto Doblinski, sob gerenciamento e oferta de consultorias de Suzana Doblinski, cobra as aulas em duas modalidades: individualmente durante 6 horas, e ao preço de R$800,00 ou em "company"(grupos fechados para empresa) que duram 8 horas e custam R$8000,00.

[20] O preço das aulas mensais oferecidas duas vezes/semana com duração média de 2 horas varia de R$ 300,00 a R$ 500,00 .

a ser observado como modelo de comportamento. A propaganda do curso é feita familiarmente, o que faz com que a teia de relações de proximidade aumente.

Foram feitas observações contínuas dessas aulas e, desde a primeira, a professora mais conhecida nesse meio como "Madame Yufon" associou com os conteúdos de etiqueta à filosofia chinesa, afirmando que a questão comum a ambas e de grande importância é o respeito e o cuidado com o outro.

Contou que antigamente, em sua época, as pessoas eram muito preocupadas com as maneiras de se comportar, a forma de falar, de se dirigir ao outro. Hoje, para ela, tudo está bem mais "flexível", porém sua importância continua ampla.

O tom de descontração nas aulas reflete a característica de "maleabilidade" absorvida pelos consultores e passada a seus alunos.

A imagem de rigidez que envolvia a etiqueta em seu nascedouro é afastada, justamente, a fim de tornar mais acessível esse tipo de conhecimento, que já possui como "inimigo" emblemático o estigma de "privilégio de camadas mais abastadas".

Assim, este tipo de curso mobiliza algumas representações já existentes em meio ao público, fazendo com que escolha na "vitrine" dos comportamentos aquele que mais condiz com sua busca de "bem estar" social e individual, bem como de "harmonia e aceitação" do seu corpo. Cursos como o de "*Ana Maria Rizzo*"[21] conquistam outros interessados que acreditam na etiqueta como regras que podem refinar não apenas o ambiente, mas a "imagem social".

Rizzo enfatiza que, para harmonizar a casa ou oferecer um jantar a um convidado, não é preciso ter apenas pratarias, porcelanas, ou oferecer comidas sofisticadas. É necessário ter criatividade e saber transformar as coisas, pois elas não têm apenas uma utilidade. Xícaras não servem somente para tomar café ou chá, mas podem ser utilizadas como *cachepôs*. Peças vendidas na rua 25 de Março (rua de intenso comércio popular) podem ser transformadas em "simpáticas" peças decorativas muito parecidas com outras que são vendidas na rua Joaquim Eugênio de Lima, quase sempre pelo dobro do preço. Isso é, para Rizzo, "harmonização de ambientes e arte, gastando pouco e enfeitando bastante".

Dentre os outros pontos ensinados por ela, a etiqueta à mesa pode ser considerada o principal. As regras para se utilizarem os talheres são fechadas. Para ela, pega-se o

[21] Os cursos Ana Rizzo acontecem 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 varia entre R$ 300,00 a R$ 400,00. As aulas oferecidas em datas comemorativas como Páscoa, Natal, Dia dos Pais e Dia das Mães duram cerca de três horas e custam entre R$ 80,00 e R$ 100,00.

garfo obrigatoriamente com a mão esquerda. “É assim que os ingleses usam”, sendo portanto a forma correta, para ela. Além disso, essas aulas são práticas e a aprendizagem não parece muito fácil para os alunos. Tudo exige uma técnica que deve ser devidamente treinada e seguida.

Dentro dessa valorização da etiqueta à mesa estão a decoração e a arrumação da casa e da própria mesa, já que esses traços demonstram aos convidados ou mesmo aos familiares o carinho e afeição que se nutre por eles. Além disso, vale ressaltar que, essas noções são desenvolvidas principalmente em aulas especiais, organizadas perto de datas comemorativas como Páscoa, Natal entre outras.

Vemos abaixo um exemplo de harmonização de mesa que se baseia na idéia de que “o sofisticado não é feito apenas com artigos caros”, mas com cuidados especiais com a finalização daquilo que será visto:

(foto do acervo pessoal da consultora Ana Rizzo)

Este é um exemplo típico de mesa que se tornou marca registrada da consultora Ana Rizzo, tanto que em alguns *shoppings* da zona oeste da cidade, como o Villa Lobos, já se fazem notar algumas decorações suas que contemplam essa preocupação minimalista, além da observação das cores de cada elemento utilizado para a conformação dos arranjos.

Com uma abordagem baseada no exemplo de "sucesso" na escalada social, *Livio Callado*[22] ministra cursos nos quais, ao esboçar sua história de vida para o público, o professor demonstra a ele a possibilidade de adquirir o que entende por "refinamento". É importante notar que, ao contrário de Ana Rizzo, que ressalta sua educação clássica ainda no seio familiar, este professor fala de uma ascensão por meio das boas maneiras.

Utilizando um conteúdo muito próximo da literatura de auto-ajuda, Callado expõe sua história de ascensão social para mostrar aos alunos que é possível aprender, posteriormente como adultos algo a que não se teve acesso na infância. No entanto, como suas aulas englobam conteúdos que abrangem desde a psicologia até a espiritualidade, em alguns momentos das palestras podem acontecer conflitos acerca de sua própria noção de etiqueta, que por vezes choca-se com as dos alunos.

Presenciamos esse tipo de situação em uma de suas palestras na qual Dalva, uma senhora de uns 60 anos, começou a questioná-lo dizendo que ele estava "misturando as bolas" e perguntava se ele queria aliar a etiqueta aliada à religião, dizendo que para ela isto não estava certo. Criou-se um clima esquisito, todavia Callado continuou a afirmar que aquele era o jeito dele de entender as regras de etiqueta mas que ela poderia ter o dela. Durante o desenrolar da palestra, relacionou etiqueta com moral, espiritualidade, integridade, campanhas em orfanatos e a recepção não foi muito boa. Segundo ele, muitas pessoas têm " 'complexo de Gabriela'[23], achando que do jeito que nasceram, morrerão". O consultor acredita, ao contrário, que sempre é possível sair de uma condição para outra muito melhor, "conquistando o seu espaço".

Callado apresenta um conteúdo eclético retirado de livros de psicologia, espiritismo, motivação, auto-ajuda, além de materiais de cursos de produção de moda e maquiagem.

Finalmente, a jornalista e consultora de etiqueta *Claudia Matarazzo*[24] possui uma maneira mais independente de vender esse conjunto de regras, oferecendo palestras para empresas pelo Brasil.

Suas palestras, geralmente, são iniciadas com a apresentação de alguns motivos que levam as pessoas na atualidade a se interessarem por esse tipo de aprendizado.

---

[22] Este consultor realiza cursos, geralmente, em hotéis na região de Cerqueira César, em São Paulo. As aulas ocorrem em período integral (9:00-16:00) nos finais de semana (sábado), custando entre R$ 180,00 e R$250,00.

[23] Alusão à canção "Modinha para Gabriela", de Dorival Caymmi.

[24] As palestras de Claudia Matarazzo custam em média de R$ 3000,00 a R$ 7000,00 e são oferecidas para grupos fechados em empresas.

Para ela, hoje é necessário, porque nos anos 1960 todos esses códigos foram abolidos e tudo foi considerado "careta". As gerações de 1970 e 1980 sentiam dificuldade para ir a uma entrevista de emprego, mas precisavam relacionar-se, comunicar-se, então houve uma retomada na questão do comportamento.

Os três eixos importantes para ela são: bom senso, naturalidade e afetividade.

Um dos tópicos apresentados pela consultora em suas palestras e pelo qual geralmente os participantes demonstram bastante interesse diz respeito a como ser um anfitrião: o comportamento que se deve ter, como organizar uma festa, etc.

Como podemos ver, embora a etiqueta, em sua origem, esteja associada a costumes e regras de camadas sociais mais abastadas, crença que ainda persiste atualmente no imaginário social, algumas transformações ela sofreu. O movimento de popularização dessa prática graças aos meios de comunicação é imprescindível para compreendermos o quanto a etiqueta reflete arranjos novos ou antigos das relações sociais.

Além disso, as múltiplas maneiras de se ter acesso a tais conhecimentos da ordem da distinção nos apontam um consumo dessas regras de "refinamento" associado a representações de "sucesso", "*status*" e "prestígio" presentes na ordem social, ou seja, a "etiqueta" se transforma em um bem simbólico ao qual se deseja ter acesso a fim de minimizar os distanciamentos da realidade social vivida.

3- "Temas privilegiados"

3.1- "Aspectos recorrentes na busca pelo refinamento"

Depois de apresentar os meios através dos quais se pode aprender e consumir "etiqueta", faz-se necessário expor quais os conteúdos que são abordados por eles. Dessa forma, organizamos o universo da etiqueta em torno de temas que se revelaram recorrentes no campo do "bem comportar-se".

a) "*Moda*"

No que concerne à moda no universo da etiqueta, são indicados os tipos de roupas adequados a locais e situações específicas, assim como cores e estilos. Roupas que favoreçam a exuberância dos corpos femininos, não apenas pelo estilo como também por cores vivas como vermelho, não são recomendadas para eventos como casamentos e bodas. Assim como não é aconselhada a cor preta, associada a ocasiões de luto e dor, em comemorações que estão celebrando a alegria.

Dessa forma, a etiqueta voltada à área do vestuário organiza os códigos que estão relacionados às roupas articulando linguagens não verbais que ultrapassam os trajes.

Programas televisivos como o "*Mais Você"* investem na propagação da etiqueta associada à moda visando instruir as telespectadoras no que se refere ao "bem vestir-se". Conhecidas consultoras, a exemplo de Gloria Kalil, são convidadas para apresentar as tendências de cada estação em termos de cores e estilos, assim como para dar esclarecimentos a respeito do estilo de roupa adequado a cada tipo físico e ocasião social ou festiva.

Os livros e *sites* contêm orientações sobre etiqueta direcionada ao vestuário e à moda com o objetivo de que as pessoas tenham subsídios para poder escolher estilos que estejam condizentes com o local, horário e tipo de evento social.

Assim como nas outras instâncias da etiqueta, as regras associadas ao vestuário e a acessórios como bijuterias, cintos e sapatos, tornaram-se mais flexíveis. O que as consultoras frisam é que é preciso ter moderação para não sair vestido como se tivesse a caminho de um baile a fantasia, como afirma Claudia Matarazzo:

> "Nosso dia a dia não exige trajes determinados, mas é bom seguir algumas regras básicas, então, prefira as roupas lisas que combinam mais facilmente entre si sem virar fantasia.(...) Quanto aos sapatos, não é preciso ter uma grande variedade. Para as mulheres, o básico é ter um par das principais cores: preto, marrom, azul marinho e bege; para os homens, preto e marrom já são o suficiente, os brancos só se for bicheiro, sambista, médico ou pai de santo".(Matarazzo,1995:17)

Alguns veículos dedicam um investimento maior nesta área, entre eles as revistas especializadas como *Claudia* e *Manequim*, nas quais a temática das regras de etiqueta direcionada ao vestuário é abordada em seções, a saber "*certo & errado*", "*modos e maneiras*" [25] e *"com que roupa"*, para as quais os interessados podem enviar suas dúvidas a respeito do traje adequado para determinadas situações.

O objetivo é ajudar o leitor que não está habituado a nomenclaturas como "traje esporte", "traje esporte-fino", "traje social" e "traje rigor" a distinguir em quais ocasiões pode-se utilizá-los e com quais acessórios. As explicações são acompanhadas das fotografias desses tipos de vestuário, do preço e da marca, a fim de que o(a) leitor(a)

[25] Esta seção foi encontrada na Revista *Claudia* até 1999. Depois desse período ela foi renomeada de "nas ruas" e "para não errar", mantendo o mesmo objetivo, ou seja, a orientação de roupas "certas" ou "erradas" para as mais variadas situações do dia a dia.

visualize o que está sendo defendido como mais adequado, como podemos acompanhar na ilustração a seguir:

(imagem extraída da revista "*Manequim*" de nov. 2002)

Esta ilustração mostra ao público qual seria a diferença entre um traje "esporte" e um traje "esporte fino". O primeiro, segundo a revista, é definido como uma roupa que deve estar associada a informalidade o que exclui "o uso de *training* ou bermudas ciclistas"; já o segundo pede "um pouco mais de elegância" embora ainda se tenha que manter a discrição.

Dominar as regras de etiqueta passa significar a possibilidade de afastamento da exposição social. Transformar as formas corporais a fim de que se tornem mais "refinadas" ou para que pelo menos sejam aparadas certas arestas visíveis socialmente é um dos trunfos das propagandas sobre os comportamentos.

A preocupação em se vestir "como manda o figurino" confirma o quanto a etiqueta é vista como um produto que afastaria possíveis "gafes", principalmente, no que tange `a sociabilidade. A etiqueta é consumida como algo que trará resultados positivos às relações interpessoais condizentes com a representação do "futuro próspero" ou do estilo "empreendedor".

b) "*Etiqueta à mesa*"

Um outro tema que desperta bastante interesse no universo das regras refere-se à etiqueta à mesa na qual o "bem comportar-se" diz respeito não apenas ao manuseio de talheres, copos, taças e guardanapos, como também à postura diante dos circunstantes e da própria decoração da mesa.

O objetivo das orientações é tentar trazer uma certa flexibilidade para o universo das regras de comportamento à mesa como é perceptível na seguinte passagem da revista "*Mulher Moderna Cozinha*", em que a ênfase recai sobre encontros sociais ou festivos:

> "Não importa o estilo de sua festa. A toalha da mesa pode ser branca, estampada, rústica ou de fina renda. Mas deve estar perfeitamente limpa, com suave aroma para valorizar os seus quitutes.(...) Para uma recepção mais tradicional, uma toalha de linho bem engomada e com guardanapos delicadamente dobrados, certamente indicará que a ocasião é especial". (6 de dezembro de 2002)

O fragmento acima se relaciona à decoração e arrumação de mesa que é muitas vezes envolta pelo público numa aura de dificuldade e insegurança, quando o assunto é receber convidados em casa.

Algumas revistas passam a ser úteis no sentido de auxiliar na ornamentação doméstica utilizando materiais com baixos custos. É o caso da revista "*Água na Boca*" que oferece artigos e maneiras de se ter acesso à elegância com soluções mais triviais.

O que essa revista defende é que é preciso "ter criatividade" e procurar em casa objetos já esquecidos ou sem uso, materiais de uso culinário tais como especiarias como cravo e canela que podem compor um arranjo bonito e barato. O sofisticado pode ser feito com flores colhidas do próprio jardim, pois o que importará será o resultado e a beleza contida no arranjo, não importando se o artigo utilizado encaixa-se na categoria A ou C em termos monetários.

Esse tipo de definição de elegância divulgada nas revistas faz com que essas regras, parte integrante da etiqueta, se aproximem de camadas sociais que poderiam vê-las como distantes. A foto a seguir mostra qual seria essa compreensão :

(imagem extraída da revista *"Água na Boca"* de ago.2002)

A foto acima traz um exemplo de ornamento relativamente simples e barato, sugerindo que o "bom gosto" na decoração não está associado a uma questão financeira.

Os vídeo-cursos disponíveis no mercado representam uma outra possibilidade de se aprender etiqueta à mesa e, nesse caso, as regras de comportamento são demonstradas em cenas com pessoas fazendo refeições em torno de uma mesa como podemos visualizar pela capa do manual informações complementares que vem acompanhando tal vídeo:

(ilustração correspondente à capa do manual que acompanha o vídeo analisado nessa dissertação)

Enfatiza-se o ensino desse tipo de regra desde a infância, como no exemplo de uma mãe que ensina a filha, que tem entre três e quatro anos, como usar os talheres para comer. As consultoras Valéria Queiroz e Júnia Giúdice defendem que "etiqueta não é frescura, nem é formalismo. É uma questão de ética e de respeito para com as pessoas. Cortesia em sociedade é um dever".

De maneira geral, a compreensão da etiqueta veiculada por esse vídeo-curso é pautada no rigor dos comportamentos que é traduzida pelos talheres de prata utilizados, jantares com serviço à francesa e vestuários típicos de festas formais como trajes de gala e vestidos longos.

No caso dos livros, a abordagem da etiqueta à mesa é classificada dentro das regras úteis ao convívio social, evitando comportamentos que possam causar constrangimentos no contato interpessoal. As orientações seguem no sentido de facilitar a absorção das regras, mas, geralmente destacam que, ainda que não necessitem de grande preocupação somente serão encarados como "elegantes" comportamentos que pareçam habituais.

Mas o destaque maior para esse tema fica a cargo dos programas televisivos. A ênfase recai, principalmente, na construção de uma imagem de mesa que transmita a idéia de "refinamento" sem perder de vista a associação do "bem receber" com a utilização de artigos mais baratos. As pessoas aprendem a receber, a mostrar que são refinadas e que têm "bom gosto", utilizando contudo materiais de baixo custo. Essa combinação é muito presente na divulgação da etiqueta em programas como "*Mais Você*", "*Note e Anote*" e "*Feito por Você*".

Os consultores que ensinam decoração de mesa nestes programas tendem a optar por um estilo mais prático e moderno, preferindo materiais descartáveis, retalhos de tecidos que podem ser justapostos, flores retirados dos próprios jardins e artesanatos fabricados pela própria dona de casa.

c) "*Relacionamentos interpessoais*"

Enquadram-se nesse tema recomendações sobre o tom de voz, que deve ser moderado, sobre a conversação livre de expressões vulgares, o controle de gestos bruscos, acenos exagerados ou "cochichos ao pé do ouvido". Além disso, estão presentes orientações referentes aos cumprimentos e apresentações entre pessoas, que devem seguir regras de precedência em relação aos idosos, mulheres e pessoas

hierarquicamente superiores, sem mencionar o uso do telefone (fixo ou celular) e a correspondência.

Tais padrões de comportamento, distribuídos nos livros sobre o tema em seções como "comunicação ou relacionamento interpessoal", povoam igualmente outros veículos como *sites*, em áreas denominadas de "delicadezas". Vemos a seguir a dúvida enviada por um internauta à página chamada "etiquetésima", do Universo Online:

> "Vida pessoal: **Delicadezas**
>
> Quem deve estender primeiro a mão? Quem já está no local ou quem acabou de chegar?
> Quem acaba de chegar deve cumprimentar quem já está no local, a não ser que uma senhora de idade estenda a mão e queira cumprimentar primeiro ou no caso uma mulher mais jovem que pode escolher quem ela cumprimentará. Porém é importante cumprimentar sempre, não apenas para ser simpático, mas porque é um gesto civilizado".[26]

Os cumprimentos, a forma como se fala, assim como o bom humor, o tom de voz, são gestos considerados importantes no que se refere aos relacionamentos interpessoais. Esses atos parecem inofensivos mas fazem diferença no trato social. Nesse sentido, as passagens "bem humoradas" do livro da consultora Claudia Matarazzo são exemplares: *"sair por aí de cara fechada, emburrada feito um buldogue, só vai piorar o seu dia. Sorria nem que seja necessário um esforço sobre humano para isso. Manter o bom humor, além de melhorar o seu relacionamento com as pessoas, faz você ficar jovem por mais tempo"*.(Matarazzo,1995:15)

As regras de comportamento nessa área pretendem facilitar a vida em sociedade através de pequenos gestos como um sorriso, a cessão de um lugar aos mais velhos ou mulheres grávidas.

Os programas de televisão também divulgam esse tipo de assunto e seus consultores acreditam que regras como essas podem trazer "qualidade de vida" à população, incentivando o respeito ao outro e à diversidade.

O convite ao consumo da etiqueta procura seduzir oferecendo um código que tem impacto sobre a "imagem social", ou seja, é a representação de competência que é acionada. Dessa forma, a valorização da etiqueta cresce à medida que ela se torna mais um dos instrumentos úteis na escalada do sucesso na sociedade competitiva em que vivemos.

---

[26] Trecho extraído do site www.uol.com.br/etiquetesima em 19/01/2003

No caso específico destas imagens que envolvem o ensino da etiqueta, acentua-se o distanciamento permitido pelo domínio deste tipo de código de conduta, ao invés de se minimizarem as barreiras entre grupos culturais. Dessa forma, a representação de etiqueta embutida no tema "relacionamento interpessoal" é a de um conjunto de regras pautadas na "formalidade".

3.2- "Adjetivando a etiqueta"

Os exemplos que apresentamos até esse momento constituem-se como regras gerais no universo da etiqueta e os que desenvolveremos podem ser classificados como formas adjetivadas ou particulares da etiqueta, já que situam elementos dos itens anteriores dentro de contextos específicos como o "trabalho" e o "indivíduo" em sua vida pessoal e profissional.

a) "*Etiqueta empresarial*"

Nesta categoria estão compreendidas regras de comportamentos à mesa, de vestuário, um código de gestos e posturas que podem ter, segundo os consultores, impactos sobre a vida profissional de uma pessoa. Além de indicações dos comportamentos mais adequados em entrevistas para um novo emprego, sobre o uso de telefone, são abordados também os relacionamentos pessoais no local de trabalho.

A etiqueta no trabalho tem sido amplamente valorizada tanto que em janeiro de 2002, foi matéria de capa da revista *Você S.A.* como podemos observar:

(ilustração correspondente à capa da revista Você S. A de jan.2002)

Com uma linguagem acessível, a reportagem teve o objetivo de demonstrar que, na área de negócios, as ”boas maneiras” interferem na carreira de qualquer pessoa, principalmente no setor empresarial. Ter um currículo brilhante e competência profissional não é o bastante porque é preciso estar “seguro” e saber comportar-se bem em um almoço de negócios com clientes ou chefes, pois isso está sendo observado e julgado.

Consta na publicação que em termos percentuais tem havido uma crescente preocupação com esse tipo de assunto e *“segundo uma enquete realizada em dezembro de 2001, 88% de um total de 480 pessoas entrevistadas acreditavam que profissionais atentos às regras de etiqueta tem mais chances de crescer e se dar bem na carreira do que outros”*(Você S.A, edição 43:29). A reportagem mostrava a etiqueta com senso de humor a fim não parecer ao leitor como algo muito difícil ou útil a alguns poucos privilegiados. Casos inusitados de constrangimentos passados por pessoas são descritos para servirem de exemplo, como o de Fernando, gerente de contas de uma empresa do ramo de informática, 26 anos:

> “Dois anos atrás marquei um almoço com uma cliente em potencial em uma churrascaria de São Paulo, tipo bufê. A certa altura, resolvemos nos servir de salada. Ela foi direto numa flor cor de rosa que eu, pernambucano, nunca tinha visto: alcachofra. Decidi experimentar. Afinal, era só imitar minha cliente comendo. Só que ela começou a falar, falar, e tive que me virar sozinho. Peguei uma das folhas e comecei a cortá-la. Usei o garfo para levá-la a boca e comecei a mastigar. Mas quem disse que conseguia engolir?”

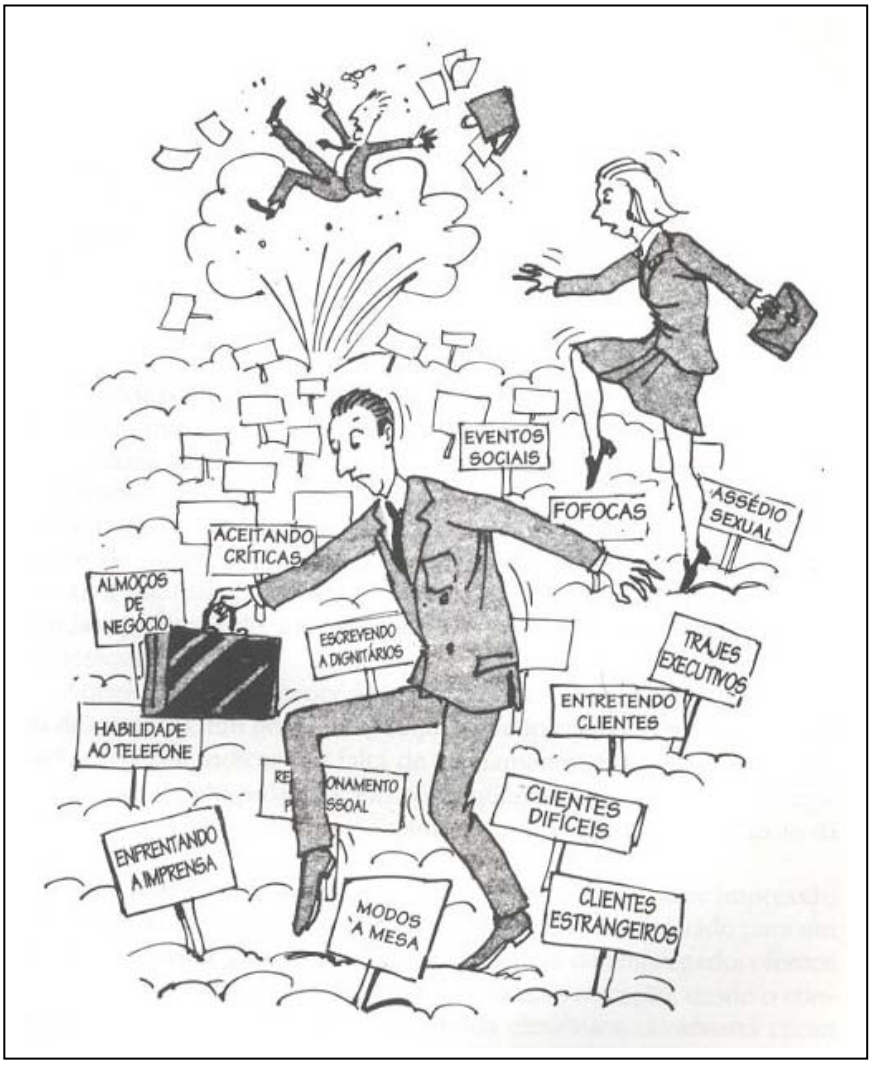
O comportamento de Fernando foi destacado como exemplo do que não fazer tendo conseqüentemente um comentário de uma consultora de etiqueta sobre essa situação.

De acordo com Lynne Brennan, a vida cotidiana não é um campo de guerra, mas estar atento aos comportamentos no local de trabalho faz diferença conforme podemos acompanhar no trecho seguinte:

> “Aqueles que não procedem bem não são necessariamente rudes ou descorteses. Mas isso acaba por indicar falta de refinamento, traquejo social e, talvez, respeito pelo próximo. Em conseqüência sua carreira fica prejudicada, com dano material, e diminuída a contribuição para o êxito da empresa”. (Brennan,1991:13)

Como prova de que o universo empresarial merece muita cautela e prudência, o consultor destaca em seu livro uma ilustração com um homem e uma mulher andando

em um lugar no qual tentam se desvencilhar de alguns pontos como eventos sociais, fofocas, assédio sexual, clientes difíceis, clientes estrangeiros, almoço de negócios, habilidade ao telefone, trajes executivos, relacionamento interpessoal e modos à mesa. É um verdadeiro campo minado no qual um possível colega de trabalho deles, desatento, pisou em um desses campos e foi pelos ares:



(ilustração extraída do livro: *Etiqueta no mundo dos negócios*, 1994)

Mesmo em festas de fim de ano em empresas não é indicado comportamento exagerado, pois, segundo a consultora Claudia Matarazzo, que nesse inicio de século tem investido mais no ramo da "etiqueta empresarial", o dia seguinte virá e com eles os comentários que podem abalar a alegria do dia anterior:

> "**Não extrapole nas piadas**
> **Certo**: manter a mesma postura adotada no trabalho, evitando a tentação de mostrar "seu outro lado", seja ele qual for. Pode até causar certo impacto e dar o que falar, mas não faltará quem critique ou não veja com bons olhos tal manifestação.
> **Errado**: beber além da conta. Nada justifica. E talvez nem mesmo o ano inteiro de sobriedade que você terá pela frente apague a lembrança patética de um pileque fora de hora".(revista Tudo, 6 de dezembro de 2002)

O que se pode perceber com as orientações de Matarazzo é o destaque dado aos cuidados com a imagem em eventos sociais, pois são momentos em que o sujeito pode se deixar levar pelo ambiente descontraído e colocar em risco sua imagem profissional.

Programas como o "*Note e Anote*" se utilizam, muitas vezes, do recurso da encenação entre atores para mostrar ao público o que seria o "certo" e o "errado" no que se refere à etiqueta nas variadas situações cotidianas relacionados ao trabalho como a etiqueta à mesa em recepções ou *happy hour*, a fim de que o público possa perceber o quanto "certos comportamentos não pegam bem", conforme destaca o consultor de etiqueta Fabio Arruda que participa do programa.

A marca da etiqueta nesse programa é de aliá-la ao sentido prático das coisas e comportamentos. Assim, ela é associada a elementos cotidianos e portanto acessíveis à população. A mensagem recorrente é que a valorização da preocupação com comportamentos corretos, discretos e sérios interfere profundamente no universo das empresas e dos negócios.

Cursos como os de Ana Rizzo oferecidos na cidade também investem bastante na etiqueta empresarial e acreditam que:

> "a postura da pessoa passará uma imagem de confiança e credibilidade. Se ela estiver devidamente assentada e pronta a ouvir a imagem será uma, ao passo que alguém que atende um cliente esparramado em uma cadeira uma outra que é de relaxado e desorganização".[27]

b) "*Marketing pessoal*"

O "*marketing pessoal*" é uma outra adjetivação da etiqueta que une elementos da moda, da etiqueta à mesa e dos relacionamentos interpessoais a fim de construir uma imagem social positiva do indivíduo. Atualmente essa modalidade tem ficado cada vez mais conhecida por estar associada à sua utilidade no meio empresarial, mas é preciso

[27] Trecho de entrevista concedida pela consultora de etiqueta Ana Maria Rizzo em 16/05/2001.

enfatizar que ela também é acionada em outras instâncias da vida social como recepções, festas ou mesmo vida cotidiana.

No que tange o universo do trabalho, os consultores lembram que o "*marketing pessoal*" é um tipo de valorização dos comportamentos que nasceu nos EUA na década de 1950 e, só na década de 1990, em momentos de globalização, ganhou relevância no Brasil. A conquista de importância tem acontecido no meio "corporativo" pelo fato de que "cuidar bem da imagem é garantir e ampliar as oportunidades de crescimento profissional, denotando disciplina, disposição, seriedade, respeito aos outros e auto-estima. Isso porque as pessoas formam uma imagem,mesmo inicial, a partir daquilo que vêem".[28]

Nesse sentido, investir no "visual" significa apostar em uma composição da "roupa certa, na ocasião certa". As orientações levam em consideração desde o tipo de evento até a cor ou a textura de tecido mais indicadas para que haja adequação entre as peças, o clima, o horário e a idade.

Essas regras incidem também na "etiqueta à mesa nos negócios" na qual são recomendados comportamentos elegantes: escolha de cardápios leves e ausência de bebidas alcoólicas, a fim de que se possa criar um momento agradável livre de tensões externas. A infração destas regras poderia atrapalhar as negociações e "colocar em risco a credibilidade da empresa e dos funcionários".

O controle dos gestos e da postura também atuaria na conformação de uma "imagem social" positiva, o que requer muito mais do que a composição impecável de cores ou o corte da roupa, como se nota a seguir:

> "Parecer bem é muito mais que isso. É ter ombros alinhados, costas eretas, olhos brilhantes, andar correto, voz pausada e agradável, que denotem postura polida e ao mesmo tempo firme. Se você quer ser uma pessoa de sucesso, tenha aparência de uma pessoa de sucesso".[29]

E tudo isso não valeria apenas para ocasiões especiais. Essa construção de si mesmo como portador de características que causem boa impressão e garantam auto-estima, deve fazer parte também da vida cotidiana, como assegura a consultora Christine Yufon.

---

[28] Este trecho foi extraído de um artigo do *site* de recursos humanos www.sinprorp.org.br, em 25/03/2003.
[29] Este trecho foi extraído de um artigo do *site* da revista *Vencer* www.vencer.com.br, em 11/11/2002.

Yufon se esforça em incentivar o “feminino”, contexto em que a “etiqueta” passa a ser entendida como uma atitude de transformação interior na qual a mulher é o componente mais importante. Destacamos uma passagem para exemplificar a combinação de elementos que pode alavancar, segundo a consultora, a imagem feminina, não só para ela, mas também para aqueles com quem convive:

> “Mãe, amante, filha, a mulher abarca todas as forças do mundo. Sua beleza, assim, apóia-se em três fatores básicos: a integração de sua própria energia com a energia cósmica, a sintonia entre corpo e mente e a canalização de sua energia para alcançar seus objetivos. Os gestos e o andar são, por exemplo, poderosas armas de beleza. Mesmo a mulher que se considera sem atrativos poderá sobressair das demais se estiver disposta a olhar para si mesma, despida de preconceitos e dos estereótipos impostos pelos meios de comunicação”.(Yufon,1998:18)

A autora fornece subsídios para que seja construída, através das regras de etiqueta, uma imagem social positivada. Elenca estratégias para que as mulheres subvertam as imagens estereotipadas e conquistem seus “espaços”. E nisso consiste o “*marketing* pessoal” defendido pela consultora: fazer com que a mulher acredite em seu potencial a fim de transmitir uma imagem de “elegância” que se conformará através de seu vestuário, de seu comportamento à mesa e principalmente, por meio de seus gestos, “leves e pontuados pela docilidade”.

Entre suas crenças filosóficas e as regras que compõem a etiqueta, Yufon traça uma idéia de “refinamento” que se associa, em sua visão, a uma escultura cuja lapidação seria o “*marketing* pessoal”. O trecho abaixo indica o que seria essa concepção:

> “**A vida molda o ser**
> Na vida há dois caminhos paralelos. O primeiro é de crescimento físico e mental. O segundo é de amadurecimento espiritual. A vida desgasta o ser, lapida-o, esculpe-o . Cabe a cada um fazer a sua escultura”. (Yufon,1998:73)

O que podemos perceber é que a consultora difunde a idéia de que as pessoas são construídas e de que a etiqueta é parte integrante deste processo.

O trecho acima resume muito do que a autora sustenta a respeito do comportamento. Para Yufon, a etiqueta está relacionada, primordialmente, à “comunicação visual”, ou seja, a códigos que são passados através do controle dos gestos e da flexibilidade da conduta, como se fôssemos esculturas em busca de acabamento. Tornar-se um produto de si mesmo, pode ser, para esta consultora, muito vantajoso:

> "A postura também reflete o cosmo, pois o mundo interior de cada pessoa encerra um fragmento do próprio universo. Os chineses usam a designação *teng di ran* para referir-se ao ser humano. *Teng* significa "céu"; *di* significa "terra" e *ran* significa "ser humano". (...) A força feminina se assemelha à força da natureza e se souber usá-la a seu favor será capaz de superar todas as dificuldades e ter uma vida melhor." (Yufon,1998:25)

O trecho acima revela o quanto a noção de etiqueta é elástica em sua interpretação e pode variar de acordo com os valores e a trajetória pessoal e social dos consultores. No caso de Yufon, é vista como instrumento capaz de auxiliar na positivação da imagem da mulher, trabalhando características como "docilidade" e "feminilidade" por meio de seus comportamentos.

Os programas televisivos também investem na idéia do "*marketing* pessoal" e, nesse caso, como uma ferramenta útil tanto na vida pessoal, quanto profissional. O vestuário e os comportamentos elegantes passados através dos gestos, da atitude em uma conversa, em um evento ou mesmo em um almoço em família denotariam valores e habilidades essenciais aos relacionamentos em todas as esferas da vida. Tanto o "*Feito por Você*", como o "*Note e Anote*" e o "*Mais Você*" estimulam o "bem cuidar-se" a fim de conseguir uma "boa imagem" - e não apenas com relação às mulheres, mas também com relação aos homens.

O cuidado com a aparência a partir não apenas do que se veste, como também da "produção" dos cabelos, unhas e pele fazem parte, portanto, do "refinamento" na etiqueta.

c) "*Etiqueta para contatos interculturais em um mundo globalizado*"

Esta modalidade da etiqueta está associada a regras de comportamento que levam em consideração o contato entre culturas, valores e códigos diferentes. Essas regras têm sido enfatizadas preferencialmente nos contextos empresariais, mas, como veremos adiante, elas também são acionadas em momentos de lazer e descontração.

Uma das justificativas para a valorização da etiqueta para contatos interculturais é dada pela consultora Claudia Matarazzo: "*em um mundo cada vez mais globalizado, é preciso ser rápido em assimilar costumes e regras de comportamento de culturas diferentes da nossa*". Mas que regras seriam essas que demonstrariam respeito e "política de boa vizinhança" nesta modalidade de etiqueta?

As regras, nesse caso, abrangem praticamente todos os elementos que compõem outros domínios da etiqueta. Estão relacionadas ao respeito ao mais velhos, mulheres e crianças, posto que o contato intercultural pode evidenciar novos "olhares" sobre esses grupos que, em uma cultura podem ser menosprezados, mas em outras podem ser tratados com mais deferência. Perguntas que remetem à intimidade como assuntos sobre família e filhos não devem ser feitas, já que o desconhecimento de códigos culturais pode ocasionar problemas de invasão de privacidade.

As orientações não seguem apenas esta linha de não entrar nos domínios da intimidade, mas dizem respeito também a questões importantes como a pontualidade, que tem importância diferente para cada cultura. Com exceção do Brasil, os manuais defendem que chegar atrasado é considerada falta gravíssima, um sinal de falta de educação e elegância. Sem falar nas formas de tratamento: alguns países exigem mais formalidade, o que não é o caso do Brasil, a não ser que a investida na "proximidade" através do "jeitinho" não dê conta do recado.

Outros tópicos relevantes são os contatos físicos na ocasião dos cumprimentos e apresentações, que variam de cultura para cultura e são previstos pela etiqueta estrangeira. Aproximações e abraços muito efusivos, como acontece no Brasil, em outros países não são bem vindos à primeira vista, podendo desconcertar um homem de negócios, como destaca o consultor Lynne Brennan em seu livro.

Programas televisivos como o "*Mais Você*" e "*Note e Anote*" apostam na idéia de divulgação da etiqueta estrangeira dentro da atividade turística. Os dois programas comumente apresentam matérias sobre outras tradições culturais, e em entrevista com Fabio Arruda, 32 anos, consultor de etiqueta do programa "*Note e Anote*", este afirmou:

> "Já foi comprovado e disse o Joãozinho Trinta: quem gosta de pobreza é intelectual. O povo gosta de ver bonito, independente dele ter dinheiro para aquilo ou não. Há picos de audiência, porque as pessoas se interessam muito pela beleza mostrada. Ensinei a comer coisas que talvez elas nunca comam porque a vida delas não permita ou porque elas não ganhem para comer aquele tipo de comida, mas pelo menos elas tiveram prazer em ver aquela matéria. Então eu já fiz matérias sobre costumes alemães, indianos, japoneses, chineses, japoneses e eu noto que as pessoas gostam porque estão passeando um pouco pelo mundo a partir da sala de sua casa".

O público tem contato não apenas com os elementos que compõem o campo de compreensão do "elegante", do "refinado" e do respeito à diversidade cultural através do domínio da etiqueta, como também, com as representações de consultores nascidos

em famílias tradicionais nas quais tiveram, desde a infância, acesso às regras de "boas maneiras". O depoimento dos consultores pretende levar à ampliação da "cultura geral", possibilitada pela experiência que acumularam em suas viagens turísticas, passando, assim, a ser encarados como ícones ou representantes do "mundo da etiqueta".

Principalmente nos meios de comunicação de massa percebemos um esforço em aproximar e desmistificar esse tipo de conhecimento das camadas sociais mais populares. Além disso, o crescente processo de popularização da *Internet*, embora ainda muito associado aos domínios da "classe média", também delineia um contexto historicamente novo no qual, sem sair de casa, as pessoas podem ter acesso aos mais variados temas, com abordagens bastante diversificadas.

Vista como uma prática cultural que tem associação com a questão do "bom gosto", domínio das camadas mais abastadas, esse bem de consumo simbólico chamado etiqueta acaba tendo o papel de classificar o sujeito dentro da estrutura social, evocando representações que minimizariam a distância entre condições sociais díspares.

Analisando revistas e livros associados à cultura de consumo percebe-se que o que é considerado "refinado", "chic", "elegante" ou "belo" está, geralmente, associado à importância da transformação e do aperfeiçoamento pessoal enquanto instrumentos para se conseguir um estilo de vida "bem-sucedido ou promissor".

Daí a importância de se discutir a influência e a divulgação da "etiqueta" nesses meios de comunicação, assim como as representações atreladas a essas formas de se aprender etiqueta.

Tanto a televisão como as revistas tornaram-se importantes canais de divulgação da etiqueta, já que disponibilizam imagens sobre essa prática cultural que nutrem o imaginário social sobre o "bem-comportar-se" de forma acessível criando ou aumentando o desejo de consumo desse bem simbólico.

Atrelados às imagens estão os discursos que legitimam a utilidade contemporânea da etiqueta nos vários nichos dos quais os sujeitos fazem parte como: a família, o trabalho e os encontros sociais em geral. O comentário de consultores a respeito da composição de um ambiente "elegante", a importância de um vestuário e um comportamento adequados às situações ou mesmo o ensino de técnicas culinárias que tornam os cardápios mais "refinados", consolidam a representação da "ascensão social", do "prestígio" e do "sucesso" tão estimados pela sociedade capitalista ocidental.

O que se vê em programas como "*Mais Você*", "*Note e Anote*" e "*Feito por Você*" é a apresentação da etiqueta como algo acessível e necessário à maioria da

população. Na medida em que são mostrados a “delicadeza” e o “bom gosto” sem colocar em risco o orçamento familiar, tornando-os viáveis do ponto de vista econômico, a compreensão da “etiqueta” como algo distante ou inatingível é minimizada.

Em outras palavras, o que acontece é a venda e o consumo de uma representação do que se entende por etiqueta através de associações com o “elegante”, o “refinado” e o “civilizado”.

Os consultores de etiqueta que participam dos programas são parte integrante desse processo de consumo simbólico de comportamentos, sendo vistos como símbolos do “elegante” e “refinado” e um exemplo de “elegância” a serem seguidos e imitados. Assim como a etiqueta é construída e comercializada, a imagem do instrutor também o é, pois, a partir da divulgação de seu contato, negociará suas palestras, cursos e materiais impressos.

Em suma, nossa pesquisa revela que a etiqueta é uma prática cultural que engloba vários agentes, veículos e significados, o que torna muito mais complexa sua compreensão na sociedade contemporânea de início de século XXI.

III
"Disciplinando" comportamentos

> "A disciplina 'fabrica indivíduos'; ela é a técnica específica de um poder que os toma, ao mesmo tempo, como objetos e como instrumentos de seu exercício".
> (Nízia Villaca & Fred Góes, 1998)

A observação da etiqueta nos variados veículos de comunicação e cursos fez emergir representações fundamentais quanto à importância que esse tipo de prática cultural vem conquistando na contemporaneidade, além da interferência na ampliação de seus significados.

Nesse sentido, faz-se necessário analisar as questões implicadas em tal busca pelo "refinamento" que se mostra, inicialmente, através da moldagem de corpos e comportamentos a fim de torná-los mais aceitáveis ou aptos ao convívio social.

Como procuramos mostrar a mídia tem papel fundamental nessa conformação da etiqueta como mecanismo de positivação da imagem dos sujeitos e contribui para a criação de uma "lógica do consumo"[30], ou seja, a etiqueta torna-se um bem simbólico capaz de despertar o desejo de ser adquirida e de demarcar relações sociais por meio de um conjunto de comportamentos aceitos e estruturados histórica e socialmente pelas camadas dominantes.

A "disciplina" dos comportamentos

A mídia tem-se tornado uma forte incentivadora do consumo da etiqueta como um elemento de transformação da vida das pessoas, assim como de um estilo de vida que, segundo seus propagadores, pode trazer conseqüências positivas. Essa é a tônica comum, atualmente, dos programas de televisão, *sites* e livros sobre o assunto.

O mundo contemporâneo se caracteriza por uma avalanche de produtos que evocam representações de "ascensão social" e "prestígio" e ajudam a constituir um novo modo de vida e de inserção social. Nesse contexto, a etiqueta consiste em um bem simbólico capaz de favorecer a circulação dos sujeitos em determinados círculos sociais.

Os comportamentos não são "naturais" ou "espontâneos" mas são construídos socialmente a fim de que os sujeitos possam se inserir em grupos sociais e criar, assim,

---

[30] Ver FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós modernismo*. São Paulo, Studio Nobel, 1995.

relações e possíveis identidades. O corpo é um dos vetores principais dessa transformação com vistas a uma melhor inserção, submetendo-se a padrões culturais específicos que interferem em sua apresentação visual ou no comportamento.

Elias (1983) ressalta, com propriedade, que houve um grande investimento na contenção dos instintos nas sociedades de corte, ou seja, iniciou-se um processo de "disciplinar" os comportamentos dos cortesãos. Inicialmente, proporcionou-se a aprendizagem de regras de higiene tais como "não comer de boca aberta", "não palitar os dentes", "não esgaravatar o nariz", "conter eflúvios naturais", que nada mais são do que interdições que gradativamente transformaram-se em regras de etiqueta e polidez.

É importante notar essa mudança de denominação de "regras de higiene" para "regras de etiqueta": as primeiras dizem respeito a aspectos mais íntimos para os quais se deve atentar, enquanto as últimas porém quando se referem a comportamentos sociais e à própria postura diante do outro.

O que se percebe é que os comportamentos são moldados a fim de transmitir uma mensagem de civilidade ou de "refinamento", sendo esta alcançada através da vigilância do próprio corpo a fim de reprimir qualquer procedimento que possa ser caracterizado de "instintivo", em prol do "civilizado", culturalmente construído, baseados em representações que positivam a imagem social.

As análises de Revel e Flandrin, por sua vez, foram oportunas na compreensão de um conjunto de regras que passou a regular a vida social e os impulsos. O objetivo, como destacam, era cuidar do corpo e ditar comportamentos visando não só o respeito aos circunstantes, como a moderação e o controle dos hábitos vistos como sinal de "distinção". Foram incutidos sentimentos de nojo, repugnância e vergonha que acabaram tendo uma força moral de transformação dos hábitos.

Atualmente, percebemos que as regras de etiqueta se atrelam intimamente às de higiene, pois, sem o domínio destas últimas, adquiridas no âmbito elementar da educação, fica difícil ser reconhecido como "polido". Além disso, as regras de "etiqueta" interferem muito no comportamento social, coletivo, já que possuem uma força simbólica capaz de impactos desastrosos.

"Mastigar de boca fechada e sem fazer barulho" foi uma atitude bastante enfatizada por nossos interlocutores e foi nomeada por eles como parte da "educação básica". Mas a "polidez" e a "elegância" estão além de "não falar de boca cheia", já que essa prática é atribuída a pessoas oriundas de grupos sociais com condições socioeconômicas mais baixas.

Quanto aos livros que abordam o tema, estes chamam a atenção para a necessidade de uma constante vigilância do próprio corpo, fazendo uma diferenciação entre os comportamentos pautados meramente na "higiene" e outros na "polidez". Mais do que limpeza, a polidez implica moderação, como sugere o trecho de *Na sala com Danuza*, da escritora e consultora Danuza Leão:

> "Mesmo que você adore comer, não se atire no prato como se estivesse saindo de uma greve de fome. Não mastigue de boca aberta, não encha demais a boca, não fale de boca cheia. (...) Não faça aquele barulho horrível ao tomar café, chá, sopa ou qualquer outro líquido quente. (...) Evite comer com as mãos a menos que o alimento o exija". (Leão, 1992:62)

As regras de circunscrição da intimidade incidem também sobre os "cuidados com os odores" ou aromas exalados pelo corpo, o que vem sendo muito valorizado, ultimamente, dentre as estratégias de "*marketing* pessoal" ou de uma "boa propaganda" de si mesmo, principalmente no universo do trabalho.

O corpo como um todo é considerado um "cartão de visitas", contendo informações muito preciosas que podem ter um grande impacto na vida do indivíduo.

Os "maus hábitos" que denotam uma falta de domínio sobre o corpo são considerados bastante negativos, principalmente em universos nos quais a competição é o fator fundante da conquista ou manutenção de um posto de trabalho. É isso que nos relata Rui, professor universitário, 40 anos, aluno do Curso Gourmet & Art, sobre a disciplina com o corpo:

> "A etiqueta é disciplina que a gente dá para o nosso próprio dia a dia, para o nosso corpo. As pessoas pensam que etiqueta é só o lado social, uma festa, mas a etiqueta tem a ver com tudo que você faz. (...) Essas regras têm que estar dentro de casa no cotidiano para que você se sinta bem, então, você tem que estar sempre escovando os dentes várias vezes ao dia, porque você tem que passar para as pessoas um aroma confortável. Já pensou abrir a boca em uma reunião e estar com mau hálito? É uma agressão, um desrespeito aos companheiros que estão presentes naquele local".

A declaração deste entrevistado faz emergir outros sentidos para a transformação e o cuidado com os comportamentos que ultrapassam o mero cumprimento formal de um conjunto de regras. Sua compreensão abarca a etiqueta não apenas ou fundamentalmente como instrumento de inserção social, mas como uma "delicadeza" que deve fazer parte do cotidiano, da rotina diária a fim de que haja "qualidade de vida".

Valores como “respeito” e “consideração ao outro” pontuam, para alguns, esta prática cultural que é, por outro lado, vista às vezes como “artificialismo”. Surgem, assim, múltiplos significados.

A importância da “sujeira”, dos “odores em geral” e de outros interditos já foi alvo de análises como as desenvolvidas pelo antropólogo José Carlos Rodrigues[31]. O “nojo” e a “vergonha” que envolvem questões relacionadas às limitações da expressão corporal traduzem valores sociais associados à proibição da exposição desses contornos da intimidade, especialmente nas situações públicas, mas também nos ambientes domésticos.

Nos cursos de etiqueta não se teve notícia de orientações relacionadas à higiene bucal ou dos braços, mas quando o assunto é abordado nas mídias escritas o tema é cercado de pudores, como podemos observar nas palavras do consultor Livio Callado:

> “Como dizer a uma amiga, sem ironizar ou magoá-la, sobre o problema de mau hálito (“bafo de onça”) ou odor forte embaixo dos braços? Não chame a atenção dela em público. Ela poderá sentir-se exposta, magoada ou irritada com a observação. Fale com ela em particular, usando o tom de voz natural, dizendo que, como amiga e desejando-lhe o bem, já tendo passado por um “problema” semelhante, se sente no dever de dar uma “dica”. Certamente a afetada acatará a orientação sem ressentimentos”.

Ter “boas maneiras”, nesse caso, é não demonstrar as manifestações orgânicas ou traços que lembrem a animalidade, como o “bafo de onça” ou os odores da transpiração. Tais preocupações caracterizam a “civilidade”, ou seja, a busca pelo controle dos instintos pessoais e passa a ser considerado elemento crucial em termos de respeito no contato com o outro.

Através de representações como “ascensão social”, “sucesso profissional”, “futuro promissor”, “prestígio” e “*status*” disponíveis a quem quiser ter acesso nos meios já apresentados, os sujeitos passam a consumir uma fórmula que representa para eles um *upgrade* em suas realidades.

Assim, seus corpos são “docilmente”[32] moldados pelas regras de “refinamento”, aceitas como instrumentos úteis na escalada social. O corpo é adestrado e apropriado pela cultura, concebido socialmente e alterado segundo representações construídas coletivamente, tornando-se um meio de expressão simbólica.

---

[31] Ver RODRIGUES, José Carlos. *O tabu do corpo*. Rio de Janeiro. E.d. Universidade. 1975.
[32] Ver FOUCAULT, Michel. “Os corpos dóceis” In: FOUCAULT, M. *Vigiar e punir*. São Paulo, Vozes, 1997.

Através do contato com consultores de etiqueta, alunos e também acompanhando o desenvolvimento do tema em revistas e programas de televisão, assim como, nas discussões sobre o assunto em fóruns propostos em *sites* na Internet, percebemos que o repertório social que organiza as idéias sobre a etiqueta na sociedade atual é disposto em torno de quatro eixos principais, quais sejam: "etiqueta à mesa", "etiqueta nos negócios", "relacionamento interpessoal" e "estética/beleza". Os conteúdos e a própria divulgação das "boas maneiras" aparecem, quase sempre, relacionados a "apreensões" e a fortes "motivos" que despertam o interesse pelo assunto.

A "etiqueta à mesa" é bastante emblemática por descortinar o "universo da intimidade" em uma mesa de refeição, seja ao lado de amigos, ou colegas de trabalho, pelo fato de demonstrar a "educação que se teve", como assinala o consultor Livio Callado. Saber a ordem de uso dos talheres, mesmo que se viva atualmente momentos de abandono do rigor no qual a etiqueta surgiu, "saber se portar elegantemente" tem o seu valor para os que conquistam esse tipo de moldagem dos comportamentos.

Ser reconhecido pelos sinais de elegância que se porta é muito recompensador para aqueles que almejam um espaço no grupo dos afeitos ao "refinamento".

Pensando dessa forma, a mesa, quando compartilhada, constitui um momento de intensa teatralização e ritualização dos comportamentos. A utilização dos talheres, a maneira como o alimento é ingerido e o tipo de conversa que se pode ou não levar adiante são atitudes que revelam os valores e os códigos morais de um grupo social específico. Não devemos perder de vista a sociedade na qual estes comportamentos adquirem significados. Logo, quando falamos desses comportamentos, emergem todas as nuances e os diversos graus de participação que uma sociedade marcada por intensas diferenças sociais, raciais e econômicas acaba engendrando.

A análise de artigos em revistas, livros e também das entrevistas realizadas, tanto com consultores como com freqüentadores de cursos de etiqueta, nos leva a crer que o "refinamento" à mesa é um dos assuntos que mais detém a atenção das pessoas entre as regras de etiqueta.

No que se refere à importância da etiqueta, Suzana, pedagoga, 33 anos, freqüentadora de cursos de "etiqueta" oferecidos na cidade, nos contou: *"hoje, eu acho que uma parte da etiqueta diz mais respeito à educação, ao comportamento. Antigamente tínhamos essas aulas na escola como matéria, atualmente tenho visto na televisão que está muito mais perto da gente do que se imagina"*.

Essa afirmação deixa transparecer que o adestramento dos comportamentos seria um modo de emitir uma mensagem positiva. No entanto, é possível encontrar outras interpretações sobre o comportamento à mesa, como os de alguns livros especializados como a seguinte:

> "Em primeiro lugar devemos relaxar e nos convencer de que a mesa não deve ser encarada como uma provação, uma espécie de teste da nossa educação social, mas como uma oportunidade de desfrutar momentos agradáveis com família e amigos. No entanto, o treino e o aprendizado começam na copa e na cozinha de nossa própria casa." (Gambirasio, 1995: 65)

O trecho acima quando colocado ao lado das afirmações do consultor Livio Callado, confirma a ênfase no significado dessas regras como um instrumento útil para a convivência agradável entre pessoas. Podemos perceber que começa a se delinear uma "estrutura de significados" complexa nesse campo, ou seja, as compreensões da etiqueta podem ser inúmeras e em várias direções, como por exemplo, um comportamento que possibilita momentos aprazíveis com pessoas de seu círculo de amizades.

Enquanto alguns consultores defendem que o comportamento à mesa é algo simples, constituindo-se de atos que exigem "tranqüilidade", "harmonia dos gestos" e "demonstrações de carinho" por meio de elementos tais quais a decoração de uma mesa, como afirma a consultora Ana Rizzo, profissionais como Callado parecem acreditar que a refeição é um momento em que se coloca à prova a educação que se teve.

Comer é uma necessidade biológica, mas as regras que envolvem esse ato estão impregnadas de aspectos culturais. A cultura incide sobre a natureza e a transforma de acordo com o contexto. Uma das justificativas para o medo de um possível constrangimento no "bem comportar-se" à mesa, principalmente com estranhos, reside no fato de deixar transparecer o "grosseiro" e "instintivo", ao invés do "civilizado" e "elegante".

Mas o "bem comportar-se" à mesa estende-se a universos como o do trabalho e das relações de negócios e ter uma "postura ereta e elegante", "mastigar sem muitos ruídos", "não apoiar os cotovelos sobre a mesa" são alguns dos códigos que interferem na imagem que se pretende passar em uma empresa. Principalmente quando o assunto está associado a uma negociação, a um encontro com chefes ou clientes, em um almoço ou jantar de negócios, esses tópicos são bastante observados e encarados com grande preocupação pela maioria dos envolvidos. A etiqueta, nesse sentido, é acionada

enquanto instrumental válido para a defesa da imagem da empresa e do empregado, mas não apenas; ela representa uma barreira contra o excesso de intimidade, que é exposta pelo comportamento à mesa. Duas esferas são colocadas lado a lado: a pessoal e a pública e a etiqueta funciona como um elemento capaz de camuflar detalhes da intimidade que não são bem vindos no mundo dos negócios, como afirma a consultora Claudia Matarazzo:

> "O fechamento de um contrato depende tanto da forma como os talheres são manuseados durante um almoço de negócios quanto do poder de persuasão das pessoas envolvidas. Comer é uma coisa muito íntima e fica difícil conversar com desconhecidos. A solução é tentar ser um craque em todos os aspectos. O resultado do placar, no entanto, não beneficia apenas o empregador. Uma boa atuação do outro lado do muro da empresa pode significar ganhos para o trabalhador e também para a chefia".

O refinamento dos hábitos, das posturas, em resumo, do próprio corpo, representa, hoje em dia, mais uma dentre as outras habilidades que um funcionário bem conceituado deve ter em uma empresa. As regras de "boas maneiras" passaram a integrar a lista de motivos dos "ganhos" ou "perdas" que se pode ter na concorrência empresarial, como revela o entrevistado:

> "A forma como você se comporta, se relaciona, se comunica são fatores muito importantes. Eu acho que a etiqueta à mesa é a mais importante porque somos sempre expostos em um jantar, almoço e as pessoas associam muito o comportamento da pessoa à sua ação. Se você tem um comportamento inadequado, você já perde a confiança da outra parte, que se questionará sobre a validade de uma parceria". (Hélio, coordenador de projetos em empresa de telecomunicações, 31 anos)

Notamos o quanto essa operação de "disciplinar" corpos e comportamentos é uma ênfase nas regras de etiqueta, assim, o corpo vai-se tornando produto da estrutura da sociedade que, no nosso caso, é bastante competitiva.

Outro ponto importante nesse processo "disciplinar" é referente à primazia do olhar, que se torna um instrumento poderoso de observação das funções corporais, sobretudo nas relações interativas. Isso significa que no contato com o outro, os indivíduos tendem a se preocupar em demonstrar condutas e valores reconhecidos e bem vistos pela sociedade. Manter o controle sobre o próprio corpo e colocá-lo em conformidade com o meio social através do aprendizado das regras de etiqueta torna-se representativo de sujeitos que tendem ao "sucesso" no mundo profissional, o que podemos acompanhar em um *site* da área de recursos humanos:

> "Na era do mundo competitivo, a construção de uma boa imagem profissional, social e pessoal requer posturas e hábitos adequados. Na dinâmica do mundo dos negócios, o(a) executivo(a) que conhece e respeita as regras da etiqueta e do protocolo, observa os costumes de seus interlocutores é criativo e empreendedor e tem uma visão global; possui ferramentas poderosas que o levarão ao sucesso, qualquer que seja a sua profissão".[33]

Dessa maneira, não faltam na sociedade contemporânea propagandas e incentivos para o investimento na modificação dos comportamentos a fim torná-los reconhecíveis como "polidos". Tornou-se imperativo refinar os comportamentos conforme a interação social e os valores implicados.

O olhar passou a ser um instrumento privilegiado de seleção dos comportamentos aceitos ou não e a galeria de valores e mensagens emitidas através dos gestos, da expressão fisionômica, do sorriso ou da "cara fechada" têm conquistado a sua importância crescente e novos significados na prática da "etiqueta".

Essas linguagens não-verbais podem contribuir ou atrapalhar o bom andamento das atividades cotidianas, sendo consideradas "instrumentos de trabalho" nos contatos sociais ou profissionais.

Demonstrar aos outros "descontentamento" e "mau humor" através da expressão facial "carrancuda", segundo os consultores, apenas cria ou aumenta os obstáculos para a convivência. Se pelo contrário, as pessoas oferecem sorrisos e conseguem olhar nos olhos de quem está conversando, demonstrando interesse e receptividade pelo assunto tratado tal esforço pode trazer benefícios.

As técnicas ensinadas para um contato social harmonioso resumem-se a maneiras de sempre manter uma expressão de "satisfação pessoal", demonstrar "simpatia", ser "prestativo" e "atencioso", características que tendem a positivar a imagem da pessoa contribuindo para o encontro do "sucesso".

O "olhar" guarda nele sinais de proximidade e receptividade, consistindo numa "estratégia positiva" de contato interpessoal, como se extrai do trecho seguinte:

> "Nas relações familiares, afetivas, sociais e profissionais a estratégia do olhar é importantíssima. O olhar na vida familiar educa e impõe respeito. O olhar na vida social impõe personalidade. O olhar na vida afetiva impõe segurança e carinho. O olhar na vida profissional impõe confiança e profissionalismo". (Callado,2002: 60)

Em outras palavras, a domesticação do ato de "olhar" pode ser capaz de conquistar um efeito simbólico. A representação associada a esta forma de linguagem

---

[33] Trecho extraído do *site* www.geocities.com/etiquetaempresarial, em 16/01/2002.

não- verbal, seja qual for o círculo social em que seja utilizada é que civilizar o "olhar", para que ele seja "decidido" sem causar "inibição", significa conquistar o poder de "persuasão", de "assertividade", de imposição de limites, tanto no universo do trabalho como no familiar.

Uma outra maneira de fazer transparecer uma boa adaptação às regras de etiqueta é o "*marketing* pessoal" ou a "produção de si mesmo", expressos no controle adequado dos gestos, nos cuidados com os cabelos, unhas e pele, além da cautela quanto ao uso de trajes que estejam em consonância com os ambientes freqüentados.

No "*marketing* pessoal", a moda, a "elegância" e o "refinamento" se fundem para a produção de um sujeito "requintado" e "antenado". A escolha do traje mais indicado para as diferentes situações está intimamente associada ao tipo de ambiente ou evento social. Sugestões para que não se use um vestido longo com cores muito "chamativas ou tecidos que tenham muito brilho" para ir a um churrasco, cumprir tarefas cotidianas ou comparecer a um velório fazem parte de rol de orientações oferecidas pelos consultores. Mas podemos nos perguntar: qual a razão do interesse em estar vestido "como manda o figurino" e de ensinar esse tipo de assunto?

Em uma conversa com Flávia, 37 anos, professora de ensino fundamental e freqüentadora do curso Livio Callado, pudemos perceber que há um interesse grande em obter informações sobre a composição mais adequada do vestuário, em razão da preocupação com a imagem ou mensagem que se estará passando coletivamente:

> "Eu sempre comentei com os meus filhos que o que eles tiverem dúvidas observem os outros, eu aprendi muita coisa observando. (...) Por exemplo, as pessoas não levam tanto em consideração a forma de se vestir, mas é uma coisa importante. De repente, você vai com uma roupa transparente a uma academia de ginástica, fica suada, com tudo à mostra, isso não pega muito bem. Porque a etiqueta também é uma preocupação com o que as pessoas vão pensar. Eu não me preocupo com o que pensam de mim, mas sobre a maneira como eu ajo, se é educada".

As apreensões aumentam quando o evento é mais formal, ou seja, em cerimônias como casamentos, batizados e bodas. A própria situação, por ser um momento ritual, passa a ser vista com mais rigidez e a pergunta que logo aparece é "com que roupa eu vou?" A seguir citamos um exemplo de dúvida[34] que esse tipo de assunto suscita:

> **"**Fui convidada para ser madrinha em um casamento às 20h, posso ir de terninho?
>
> É claro que você pode ir de terninho, mas para que usar uma roupa tão sisuda em uma comemoração? Aproveite para usar um vestido, se enfeitar e mostrar que está

[34] Trecho extraído do site www.uol.com.br/etiquetesima, em 6/12/2002

> contente pelos noivos. Afinal, comparecer a um casamento é uma maneira de mostrar aos noivos que nos alegramos com a escolha deles. E a madrinha deve se sentir bem e linda na roupa escolhida, não seriam indicados bordados brilhantes que entrariam em conflito e competição com a atenção dispensada a noiva, ou babados em excesso, apesar de estarem na moda."

A elucidação da dúvida está associada, inicialmente, com a indicação do comportamento mais coerente com o evento e com o horário. A orientação não está relacionada, nesse caso, apenas àquilo que é correto vestir, mas a alguns simbolismos que esse tipo de festas faz emergir, ou seja, que "quem deve brilhar são os noivos" e a eles deve-se "uma presença amável". Estar de acordo com a etiqueta, nesse sentido, representa dominar um repertório de informações básicas que não concernem apenas à escolha do vestuário, mas à própria disciplina dos comportamentos diante dos códigos acionados em determinados eventos ou rituais como o casamento.

Esses ritos que permeiam o cotidiano e possuem uma forte carga simbólica para os atores sociais que deles participam são momentos em que as consciências individuais são invadidas pelas coletivas[35] reafirmando valores de uma sociedade.

A disciplina impressa nos corpos através de sinais distintivos constitui "ritos de evitamento", ou seja, posturas que são adotadas em prol do resguardo da intimidade, já que certos gestos e comportamentos não são considerados recomendáveis para ambientes públicos. Tais ritos estabelecem a dissimulação do corpo em favor da vivência coletiva, não apenas na "rua", como na "casa" também. A falta de controle sobre o corpo e suas funções orgânicas é mal vistas no "mundo das etiquetas", que prega como valor primordial o respeito pelo outro.

A importância do "bem comportar-se" na área empresarial vem se constituindo como alvo das atenções de empresas da área de Recursos Humanos. É o caso do "Grupo Catho" , que divulgou em seu *site* uma pesquisa feita a respeito do executivo brasileiro e de seus comportamentos. Vejamos abaixo alguns significados que as regras de "etiqueta" tem conquistado no mundo dos negócios:

> "Hoje, no mundo corporativo, o profissional, além de ter experiência na área de atuação, dominar idiomas, ter uma boa formação e habilidade para trabalhar em equipe, precisa gerenciar suas atitudes e saber se apresentar de maneira adequada às empresas. Além de serem competentes, precisam parecer competentes e o *marketing* pessoal ajuda a desenvolver a imagem de quem já tem competência, explica Rogério Martins, consultor e diretor da Persona Consultoria & Eventos. Martins explica que, marketing pessoal é o gerenciamento da imagem pessoal e

[35] RIVIÈRE, Claude. *Ritos profanos*. São Paulo, Vozes, 1995.

> profissional por meio de atitudes reveladas no dia-a-dia; ele serve para ampliar a capacidade de atuação pessoal e profissional do indivíduo, garantindo uma imagem saudável e condizente com as expectativas do mercado".

A concepção da etiqueta que emerge desse destaque ao "bem comportar-se" remete às idéias de "competência, responsabilidade e credibilidade". A característica da "confiabilidade" é concedida ao indivíduo primeiramente pela empresa para a qual prestará serviço e, em seguida, pelo cliente para o qual se deverá transmitir uma "imagem asseada". Dominar as regras afastaria, supostamente, tanto o funcionário quanto a empresa da imagem de "negligente".

O espaço de trabalho é um ambiente no qual a formalidade é considerada de grande importância, pois a empresa, qualquer que seja ela, é representada por seus funcionários, pela organização de seus ambientes e pela comunicação entre funcionários e clientes. Podemos dizer que existe um modelo daquilo que se espera encontrar no universo empresarial, ou seja, há um estereótipo. Uma empresa aparente ter idoneidade quando seus funcionários oferecem um atendimento sério a seus clientes, vestem-se de maneira adequada, utilizam roupas com cores neutras etc., emitindo uma "imagem" positiva de maneira geral.

Um dos pontos bastante valorizados é a "boa aparência" calcada na habilidade de adequar, inicialmente, o vestuário e os acessórios à atividade desenvolvida. "Micro-saias", "barriga de fora" e "*tops* sensuais" são desaconselhados, já que não são considerados apropriados ao ambiente profissional; para os homens, as "gravatas de bichinho" ou motivos infantis também não são recomendadas. Isso porque o mundo dos negócios é relacionado a características como "seriedade", portanto, "terninhos", "costumes", "gravatas alinhadas" é que conferem "credibilidade" a quem dele participe.

A palavra chave, nessa área, é "formalidade", tendendo a um estilo "tradicional" não em demasia, mas o suficiente para demonstrar a capacidade que reveste não apenas o funcionário, mas principalmente a empresa para a qual trabalha. É significativo o fragmento seguinte[36]:

> "As empresas são entidades conservadoras em sua maioria e as pesquisas demonstram com clareza que as preferências em se tratando de aparência pessoal não só para candidatos a empregos, mas também para executivos já contratados, tendem ao tradicional. Com razoável e compreensível exceção a determinadas carreiras rebeldes como a dos publicitários ou dos especialistas em informática, a aparência dos executivos em geral precisa refletir moderação, discrição e sobriedade".

[36] Trecho extraído do *site* da revista *Vencer* www.vencer.com.br, em 22/02/2003.

Dois aspectos que devem ser controlados no ambiente profissional são a "alegria efusiva" e a sensualidade latente, representada pelo uso de determinadas peças de roupa que não seriam apropriadas ao ambiente de trabalho. O "mundo dos negócios" parece estar baseado na ponderação e repúdio aos excessos proporcionado pelos ternos de cores sóbrias, como preto ou azul-marinho, que reforça a aura de "credibilidade". Este é um local no qual o amadorismo traz conseqüências desabonadoras. Talvez, aqui, mais que nos encontros sociais, a atenção destinada à disciplina dos hábitos e posturas seja especialmente vantajosa.

Em *sites*[37] de recursos humanos, na maioria das vezes, insiste-se na utilidade da etiqueta como instrumento de "sobrevivência" em um mercado altamente competitivo como é o setor de serviços. O modelo de profissional construído por tais canais de comunicação é aquele que deve ser eficiente, ter talento para transitar com desenvoltura nas muitas oportunidades de negócios mesmo fora do horário de trabalho e deve estar sempre atento à sua imagem que, evidentemente, está imbricada à da empresa.

Dentre os atributos que devem constituir um ambiente de trabalho e estar presentes nos cargos desde os mais baixos até os mais altos na hierarquia de uma empresa, merecem destaque: "credibilidade", "aparência" (vestuário), "competência", "desenvoltura", "discrição" e "sobriedade". Tais categorias, todas referidas à etiqueta empresarial, como é chamada, estão intimamente ligadas à busca de "ascensão social" dentro da empresa, à manutenção de cargos, como também à oportunidade de interação com culturas diferentes, quando os negócios envolvem clientes estrangeiros.

A afirmação a seguir, retirada do *site* anteriormente referido, nos ajuda na compreensão da importância dada aos comportamentos neste setor:

> "No Brasil os comportamentos, de uma maneira geral, são extremamente informais. Se você prefere manter a informalidade, em sua vida social, terá as aceitações e rejeições que essa atitude provoca, e talvez nunca se aperceba delas. Mas, quando se trata de negócios, você pode perder clientes, ou perder negócios em determinadas ocasiões, em função do excesso de informalidade!"

Essa fonte demonstra que o comportamento tem o papel de garantir a confiabilidade atribuída a uma pessoa. No entanto, em um país como o Brasil, cujas relações sociais são reguladas pelas regras de proximidade, familiaridade e

[37] Dentre os *sites* analisados destacamos o www.news.curriculum.com.br consultado em 19/01/2002.

informalidade, a etiqueta através de sua marca de contenção da intimidade, passa a ser encarada pelo prisma da dificuldade e como um elemento postiço.

Os consultores da área explicam em livros, revistas e programas de televisão que, salvo em empresas do ramo de publicidade e de televisão, que podem permitir um "ar desleixado" em "paletós folgados" que conquistam a representação de uma maior criatividade, em outras áreas a vestimenta tende a ter contornos mais formais.

No caso feminino, as regras prescrevem um certo cuidado quanto ao excesso de acessórios, no dos homens um acessório que pode comprometer a imagem é a gravata. É bastante interessante notar algumas das representações às quais essa peça é associada no depoimento do consultor Livio Callado:

> "Uma simples gravata compõe no homem a figura máscula e severa pela qual prefere ser reconhecido; define a personalidade do interlocutor e por meio dela se percebe o homem sóbrio ou divertido. Esta peça foi introduzida no vestuário masculino no início do século XIX. No final dos anos 1960, as gravatas tornaram-se odiadas pelas classes estudantis que saíam em passeatas, classificando-as como burguesas, tempo este em que o homem se sentia enforcado por ela. Os adolescentes, que outrora decretaram guerra a elas, hoje as usam com esmero". (Callado,2002:149)

A modificação da aparência por meio do vestuário aliada a uma certa encenação dos atores sociais permite não se mostrarem de maneira espontânea ou imprevisível, mas de forma a emitir informações intencionais, construídas com a finalidade de passar uma imagem positiva e confiável.

Um bom exemplo são as posturas indicadas para entrevistas para pleito de vagas em empresas. É recomendável "controlar o nervosismo", "ser pontual", demonstrar "civilidade e sinceridade ao entrevistador" etc. As regras de etiqueta como medida de limite dos comportamentos e como referencial do que é considerado "correto e elegante" tem sido cada vez mais valorizada nessa área, não só por mulheres como por homens também.

É preciso tentar compreender por quais motivos a "etiqueta no mundo dos negócios" conquista cada vez mais relevância. Uma das explicações talvez seja a retomada desses códigos após algumas rupturas como nos explicou, em entrevista, a consultora Claudia Matarazzo:

> "As pessoas se interessam por etiqueta, hoje, porque nos anos 1960 todos esses códigos foram abolidos e tudo foi considerado careta. As gerações de 1970 e 1980 sentiram dificuldade para ir a uma entrevista de emprego, precisavam relacionar-se, comunicar-se, então houve uma retomada na questão do comportamento."

Além da retomada da etiqueta, uma observação a ser feita em relação aos homens é que é notória sua crescente participação em cursos que enfocam a etiqueta empresarial. O assunto não tem criado mais tantos constrangimentos, pois o próprio universo enfocado nas aulas é familiar a eles - o mundo do trabalho historicamente retratado como masculino.

A forma de comunicação entre funcionários em uma empresa é considerada, também, fator importante e de interferência no sucesso das empresas. Estão englobados neste item "cumprimentos", o "atendimento telefônico", a "relação entre chefes e subordinados e entre funcionários de mesmo nível profissional", "postura em reuniões" etc. "Saber se comportar" denota "confiabilidade", uma qualidade muito cobrada quando o assunto é o campo dos negócios. Essa representação não surge apenas em razão de maiores ganhos que a empresa possa ter, mas também porque a ela está atrelada a crença em uma conquista e/ou manutenção de cargos mais altos.

As representações sobre "ascensão social" tornam-se mais fortes quando consultores divulgam a etiqueta como um elemento não só significativo mas impulsionador no mundo do trabalho. O consultor Fabio Arruda afirma que, atualmente, o conhecimento das regras de etiqueta é considerado um domínio importante para aqueles que desejam ascender profissionalmente, como podemos ler abaixo:

> "É possível encontrar pessoas que progrediram muito no seu trabalho economicamente e não tiveram uma base de preparo. Você percebe no mundo de hoje a grande importância, e eu noto, principalmente, pela constante chamada que eu tenho para a etiqueta empresarial, o quanto isso é presente no mundo dos negócios. Passou a ser mais um item que se tem que agregar na sua formação profissional para você ser destacado no mercado."

A cidade de São Paulo pode ser tomada como exemplo desse tipo de movimentação ou contato, já que se firmou no imaginário popular brasileiro como o "lugar das oportunidades". A possibilidade de contato entre diferentes grupos possibilita variados tipos de relações - de trabalho, lazer, estudo etc. - que se desenrolam em seu cotidiano. As diversas formas de mobilidade social são realidades que não devem ser esquecidas quando procuramos refletir sobre as representações em torno da etiqueta.

Nos interstícios da sociedade, ou seja, nas frestas que surgem da própria convivência entre os grupos, é que as representações de que a etiqueta seria de muita utilidade surgem. Um convite para uma festa, um almoço de negócios cuja chance de

promoção existe ou ao menos uma oportunidade de se aproximar do chefe, é para muitos, a oportunidade que esperavam para tentar uma mudança de *status*.

Artigos publicados pela revista de recursos humanos *Você S.A.* enfatizam também a importância do domínio de tais regras de comportamento no mundo profissional:

> "Dar longos abraços, tapinhas nas costas e beijinhos no rosto das pessoas é uma atitude antiprofissional. O ideal é estender a mão com firmeza (mas sem exagero) e acompanhar o cumprimento com um sorriso amável". (7 de jan. 2002:31)

Podemos perceber, por meio do trecho anterior, que as regras de etiqueta no mundo dos negócios representam a fronteira com o mundo da intimidade. Ou seja, o ambiente de trabalho é visto pelo prisma da sobriedade em oposição à familiaridade que um ato "efusivo" pode evocar. A moderação nos comportamentos passa a representar eficácia e profissionalismo.

Mas não se trata apenas de ter atitudes comedidas; o timbre da voz adequado é também um requisito que se espera de um profissional, tanto no atendimento a clientes, como no contato com outros funcionários. O consultor Lynne Brennan alerta que: *"grunhidos e resmungos podem servir como vozes de comando para horda de mongóis ou gangues de Chicago, mas não é a linguagem dos homens de negócios"*. (Brennan,1994:35)

A citação revela que existem expectativas e, mais que isso, representações que envolvem os "homens de negócios", isto é, seres "civilizados" e "bem educados". É significativa a separação feita entre aqueles que são "grosseiros, rudes, não domesticados" e os "homens de negócios", caracterizados como representantes das "boas maneiras", os que aprenderam a controlar seus impulsos.

Ao fazer uma ligação ou atender ao telefone são sugeridas algumas técnicas que visam contribuir para uma configuração positiva da imagem da empresa. A emissão de frases como: "de onde?", "meu anjo", "oi, querida", "você pode me adiantar o assunto?", "é só com ele?", "vou ver se ele está", "um minutinho" e "quem gostaria?" são vetadas. A comunicação via telefone tem uma importância grande no mundo corporativo e o domínio das regras de "etiqueta" nesse caso passa a representar as cifras que poderão ser ganhas ou perdidas conforme os "deslizes" forem evitados ou cometidos.

No entanto, o consultor Livio Callado, em entrevista, ofereceu-nos alguns indícios do quanto a transformação dos comportamentos caminha lado a lado com novos arranjos de sociabilidade:

> “Antigamente, quando não existia televisão, microondas, freezer, as pessoas realmente sentavam-se à mesa para fazer uma refeição. Era o momento do chefe de família falar sobre o seu dia de trabalho, a dona de casa sobre sua rotina e a dos filhos e, hoje em dia, com essa separação na qual cada um faz seu prato e come no sofá diante da TV, as pessoas se sentem cada vez mais inseguras à mesa. (...)Não há mais respeito nem postura, então o que você é em público é reflexo do que você é em casa. A educação é colocada à prova numa mesa de refeição”.

O momento atual parece, assim, deslegitimar a mesa como espaço ritualizado no âmbito privado, por um lado, a sala de jantar conquista a importância de espaço de convivência entre parentes e amigos que trocam nessa relação de sociabilidade, carinho e afetos. A educação nos anos de 1960 e 1970 à qual o consultor Callado se referiu anteriormente era mais rigorosa e a liberdade de atuação e interação com os pais era bem menor, mas por outro lado foi o momento também da revolução cultural, na qual todos os códigos de “refinamento” foram taxados de “frescura”, sendo abandonados.

“Hoje em dia, a etiqueta é uma coisa bem mais aberta. Antigamente você tinha que ter uma postura ao sentar, falar, mas atualmente não é tão rígido assim”, declarou Sandra, 35 anos, vendedora, freqüentadora do curso Livio Callado.

Pode-se dizer que a etiqueta, atualmente, continua a ser um ritual importante no encontro com o outro – recepções, festas e jantares comemorativos. O que aconteceu é que com o advento da vida moderna houve uma transformação dos comportamentos domésticos e a mesa teve sua importância diminuída. Somente para famílias mais tradicionais, a mesa continua a ter o espaço e a importância que sempre tiveram.

No seio destas famílias - e isso é geralmente atribuição destinada às mulheres - a mesa deve ser sempre bem posta, com toalhas limpas e passadas, utensílios nos lugares corretos - garfo à esquerda do prato, faca à direita, copo acima à direita - seguindo uma organização mínima, o que não significa que os artigos tenham que ser dos mais caros. Segundo consultores, a decoração da mesa com os utensílios nos locais corretos e também enfeites feitos com pequenos arranjos florais demonstram ao marido e aos filhos “cuidado”, “carinho” e “consideração” por eles.

A arrumação da mesa aparece muitas vezes associada ao universo de tarefas femininas, podendo ser encontrada em revistas especializadas que têm como público alvo as mulheres, assim como em programas de televisão que são assistidos e destinados, em sua maioria, ao público feminino, sem falar nos *sites* femininos e cursos que primam pelo aspecto feminino de ensino e aprendizagem da etiqueta.

A idéia de que uma casa e, em especial, uma mesa bem preparada e decorada despertarão o interesse do marido para que ele chegue mais cedo em casa, permeia o discurso de algumas professoras com as quais tivemos oportunidade de estar em contato. Ao invés de ficar com amigos, o marido acabaria seduzido pelo ambiente atrativo e aconchegante do lar:

> "A decoração da mesa é até uma brincadeira de estar mudando um pouco a arrumação. Se o dia estiver muito cinza eu acho que o mais indicado é uma louça mais colorida e aí pode-se colocar um jogo americano super animado. É legal colocar uma flor na mesa, nem que for para ir até o jardim e pegar apenas uma. Eu sempre digo isso para as mulheres recém casadas: comecem a esperar seus maridos com uma mesa bem arrumada e bonita que ele achará muito mais graça! São pequenos detalhes que demonstram todo o carinho que todo mundo gosta" (Fabio Arruda, consultor de etiqueta).

Mais que a própria postura ao comer, o uso correto dos talheres, copos e as maneiras de se servir, quando o assunto se relaciona à mesa, o que parece mais decisivo, nessa "sedução feminina" é a beleza, quem e como se cativa através dela.

A crença de que atividades relacionadas ao âmbito doméstico sejam apanágio da mulher despontam nos programas televisivos intitulados "femininos" e em alguns cursos de etiqueta.

Em momentos pontuais do programa "Mais Você" nos quais são ensinadas receitas de "pratos mais requintados" sem onerar o orçamento, a apresentadora assinala, que além da possibilidade de uma fonte de renda, aquela seria uma maneira interessante da mulher, dona de casa, agradar o marido, inovando o cardápio. Na passagem a seguir podemos acompanhar um exemplo do comportamento indicado: "*imagine o maridão chegando em casa hoje, uma sexta feira, e você fazendo um jantarzinho romântico, uma comida caprichada, umas flores enfeitando a mesa. Ele não vai resistir!*". ("Mais Você", 24 de outubro de 2002)

Esse enfoque pôde ser observado também no programa "Mãe de Gravata", no qual consultoras de etiqueta ensinam como fazer decoração de mesa, principalmente em datas comemorativas como Páscoa e Natal – temas que aliás, também são tratados em seus cursos. É ensinado às alunas e telespectadoras como tornar harmônica uma mesa composta por flores e frutas, explorando seus tipos e cores, lançando mão ainda de enfeites e sabendo escolher a toalha.

Gianine Luiza, 41 anos, consultora de etiqueta, durante uma de nossas interlocuções, falou sobre a importância dos hábitos à mesa e ofereceu elementos para a compreensão das mudanças e atualizações que tais regras foram sofrendo:

> "Eu acho que a etiqueta voltou a ter a importância que tinha há muitos anos, talvez naquela época que eu, com 16 anos, olhava minha avó arrumando a mesa, só que ela seguia por uma outra linha muito mais formal. Então era aquela coisa de colocar as filhas em escola de etiqueta para que elas aprendessem em detalhes e tinha que andar com livro na cabeça para modelar a postura. Mas hoje, a etiqueta evoluiu muito, ela é muito informal. Então existem as regras básicas de etiqueta, como a posição dos talheres, copos, só que a gente tem que adaptar. Mesmo o RSVP (*respondèz s'il vous plaît*) que é super antigo eu acho que está cada vez mais importante e até mais hoje do que antigamente, pela própria correria do dia a dia. Precisamos ter uma programação, saber quantas pessoas comparecerão a um evento, para que tudo saia da melhor forma".

Isso quer dizer que as indicações básicas sobre as regras de etiqueta permanecem, porém não com tanta formalidade, mesmo porque os tempos são outros. A etiqueta tem absorvido as transformações sociais e se inserido em áreas em que anteriormente não se via, como os segmentos empresariais.

O dia-a-dia conturbado de uma cidade como São Paulo produz impactos também na representação que acompanha a divulgação da "etiqueta" como forma de "facilitar o cotidiano".

Dessa forma, a etiqueta se mostra como uma prática cultural que segue a velocidade impressa no mundo contemporâneo, atualizando-se e se "popularizando". Nesse sentido, assinalamos a difusão dos comportamentos "refinados" e o incentivo ao bordão "seja você mesmo" feito através das inclusões, na mídia, de pautas e consultores a esse respeito.

Rui, 40 anos, professor universitário e aluno da "Escola Christine Yufon" afirmou em uma conversa que tivemos, que o perigo que permeia a etiqueta é "querer ser uma coisa em casa e outra fora dela". A citação a seguir demonstra como este entrevistado entende essa separação entre o procedimento em público e no âmbito privado:

> "Etiqueta é uma reeducação. Tudo que você faz a etiqueta está relacionada. (...) As pessoas relaxam muito quando estão em casa e isso se torna um vício e de repente quando você vê está saindo de casa de chinelo havaiana para ir até a padaria, porque se acostumou. (...) O comportamento em casa não pode ser muito relaxado, porque senão vai ser difícil se comportar bem no meio social. Eu já vi acontecer de um senhor ser educado com todo mundo fora de casa e dentro de casa tratar mal a

> mulher, os filhos, a empregada, como querendo dizer que ali era o machão, que era o seu território. Mas é difícil trazer para fora de casa, aquilo que não se tem costume dentro".

Se para alguns, o conflito se relaciona ao momento de colocar ou não em prática as regras referentes às "boas maneiras", para outros, como vimos acima, essa desarmonia emerge quando se pretende reservar o conhecimento somente para usos circunstanciais, quase como uma interpretação de papéis, que ao final não são muito convincentes. É o que o consultor Livio Callado afirmou quando conversamos a respeito dos usos da etiqueta em casa:

> "Receber convidados em casa envolve o planejamento de tudo. A arrumação da casa, decoração com flores, para deixar o ambiente mais agradável e para que todos se sintam alegres no final do encontro. Exige muita organização que engloba uma listagem do número de pessoas, do cardápio, das bebidas e da preparação do próprio ambiente no qual os convidados serão recebidos".

Entretanto, o consultor destaca que, a partir da experiência que tem tido com os seus cursos e das perguntas feitas neles ou enviadas por e-mail ao seu *site*, foi possível notar que as pessoas têm uma certa resistência em entender que as "boas maneiras" são úteis e praticadas no cotidiano e com suas famílias, e não apenas em momentos considerados festivos nos quais querem "aparecer" e mostrar o quanto são "finas".

Callado relata que, quando trata, em suas aulas, do uso de flores e toalhas de mesa com tecidos mais nobres para oferecer para a própria família diariamente, encontra resistência a esse respeito, porque *"as pessoas acham que enfeitar a casa é só quando recebem visitas. Mas não é desse jeito que as coisas devem acontecer; arrumar a casa, espalhar um aroma gostoso só para visitantes é desprestigiar o marido e os filhos que convivem ali juntos todos os dias"*.

Essa hesitação entre um comportamento público e outro privado conforma um tipo de etiqueta vivenciada como encenação, na qual o papel interpretado pelos alunos deve estar em concordância com os lugares e sujeitos envolvidos.

As regras mais uma vez são enfáticas quanto à atitude de demonstrar educação ao responder uma correspondência, qualquer que seja a sua modalidade. Os tempos atuais dificultam mas não eximem as pessoas de responderem a correspondência. A consultora Célia Leão afirma que:

> "A tecnologia e o avanço dos meios de comunicação tornaram ultrapassadas as longas cartas, mas, nem por isso, se deixa de enviar um cartão de felicitações ou agradecer uma gentileza recebida. Numa sociedade competitiva como a nossa, ser

> bem-educado é predicado cada vez mais valorizado, o que explica o renovado interesse pela etiqueta. O conhecimento das regras básicas de boa convivência e o estabelecimento do equilíbrio entre tradição e bom senso diante dos estímulos de uma nova sociedade, é necessário para mulheres e homens que buscam o sucesso em sua vida privada, social e profissional".

Esse trecho demonstra que, além da "boa educação" evidenciada pelos comportamentos, o cumprimento de regras de etiqueta, hoje em dia, atua como um elemento de grande importância, pelo fato de vivermos em uma sociedade bastante competitiva. A etiqueta, aqui, é lembrada novamente como representação do "sucesso".

Além de as representações sobre o "bom comportamento" aparecerem associadas ao mercado de trabalho e às competições cotidianas, podem estar relacionadas à manutenção do vínculo afetivo. *"Hoje em dia tudo é muito corrido, mas ligar para agradecer um convite, uma carta é sempre um gesto de carinho"*, afirmou em entrevista a consultora Ana Rizzo.

Podemos dizer que distinção entre "certo" e "errado" no que tange às "boas maneiras" nem sempre implica alguma forma de competição, mas podem fazer emergir representações sobre a forma como as pessoas poderiam se relacionar atualmente. Convivemos com transformações tecnológicas e avanços em todos os setores da vida, no entanto valores como "respeito", "amabilidade" e "consideração" continuam sendo importantes nas relações interpessoais.

Mas seja em um evento em família, com amigos ou na empresa em que se trabalha, a preocupação com o desempenho durante o encontro social causa preocupação nos interessados em etiqueta.

Alguns pontos são enfatizados quando o objetivo é que uma festa transcorra bem. Um deles é a atenção dispensada ao tom de voz para não expressar raiva, desprezo, carinho ou outros sentimentos, se essa não for a intenção. Tão ou mais expressiva que as palavras é essa maneira de emitir mensagens que pode trazer conseqüências indesejáveis.

Outro cuidado que se deve ter, como observamos, é com os assuntos a serem abordados: "política", "religião", "relações afetivas", "futebol", "situação financeira" são considerados "temas proibidos". Esses assuntos podem gerar polêmicas e colocar pessoas em situações difíceis, o que não seria interessante para um encontro festivo.

Nesta afirmação da consultora Ana Rizzo, podemos notar que, é essencial o limite que cada um deve respeitar no convívio com os outros:

> “Chama-se civilidade o bom convívio com as outras pessoas. Para viver sem civilidade a gente tem que viver na selva, cada um do jeito que quer, como acha que é melhor e sem se importar com ninguém; essa é a vida na selva. Há pessoas que tomam a etiqueta como uma coisa fútil e para ela sempre será fútil se assim a vir, mas se você a enxergar como parte de um todo que é bonito, que é muito mais profundo, que tem a ver com a ética, a moral, com o carinho, com o relacionamento entre as pessoas, você vai ter um bom comportamento”.

O papel que as regras exercem no terreno dos considerados “temas proibidos” é o de encobrir características pessoais que seriam mal vistas pelos circunstantes. Externalizar ou contestar crenças, o time de futebol favorito ou a identificação política, para citar alguns, poderia gerar conflitos e levar à formação de uma imagem negativa.

Essas restrições ou tabus ajudam a balizar o tão almejado “bom comportamento”, nas “ruas” e “locais públicos”. As indicações para o comportamento nas ruas, cinemas, teatros incluem, em linhas gerais: “respeitar o espaço das outras pessoas”, “usar um tom de voz equilibrado, evitando gargalhar alto e de forma vulgar”, “ser atento com o trânsito nas calçadas” etc.

Consultores como Livio Callado afirmam, no entanto, que é mais fácil tolerar “maus comportamentos” vindos dos homens do que das mulheres. O que se pode perceber a partir de sua afirmação é que há um imaginário sobre as atitudes masculinas que admite que sejam rudes, inclusive no que tange às regras de “etiqueta”, ou seja, as “grosserias” dos homens seriam mais facilmente relevadas porque há uma construção cultural sobre o que se espera deles.

> “Certamente há um diferencial do comportamento do homem com relação ao da mulher. Para o homem, ‘quase’ tudo é permitido. Ele fala alto, gesticula, mostra-se nervoso, senta-se de qualquer jeito... e tudo lhe parece normal diante da sociedade; afinal ele é homem, e homem não precisa de certas ‘frescuras’, pois ao agir assim poderá ser tachado de ‘rapaz alegre’ ou ‘moço delicado’. (Callado,2002:45)”.

Dessa forma, são considerados “cavalheiros” aqueles homens que andam do lado de fora da calçada em relação à mulher, seja ela sua esposa, sua amiga ou sua chefe, como também o homem que em escada depois mulher e desce na frente, como forma de proteção.

Porém, quando essas regras são ensinadas, os homens tendem a ficar receosos quanto à recepção de seu gesto. Luis, 24 anos, analista de sistemas, freqüentador do curso de Ligia Marques, expressou sua indecisão quanto ao comportamento “correto”, no momento em que a consultora abordou tais regras: “será que se eu tiver essa atitude de proteção, depois abrir a porta do carro para ela, será que não ficará meio antigo?”

As maneiras de se sentar e se acomodar em locais públicos também são consideradas importantes para a conformação dos comportamentos "corretos e elegantes". "Esticar as pernas na cadeira da frente em cinemas" pode ser confortável, mas não é o indicado. As formas de se sentar, principalmente no caso das mulheres trajando saias ou decotes, podem contribuir para uma imagem "deselegante". Cecília, 42 anos, desenhista, nos conta em entrevista que, quando ela freqüentava a escola e fazia o curso ginasial em colégio de freiras, as orientações quanto às "boas maneiras" eram dadas na escola mesmo, durante as aulas:

> "Eu estudei desde pequena em colégio de freiras só para meninas, aqui no Ipiranga, e quando entrávamos na sala de aula, elas ensinavam como sentar com a saia. Não podia sentar de qualquer jeito, de perna aberta e elas faziam isso pra gente ter uma postura, porque era uma educação meio rígida. Ficava uma pessoa na porta da escola pra ver se sua meia não estava suja de graxa, se sua saia não estava muito curta."

Logo, parte do que hoje se aprende em livros, cursos, *sites* ou programas de televisão, na década de 1950 e 1960 fazia parte do próprio currículo das escolas de freiras, onde imperava uma disciplina bastante rígida. Essa educação era baseada na divisão dos sexos, que influía até no conteúdo a ser aprendido. Por exemplo, os meninos não aprendiam, nem recebiam aulas de bordado; a eles destinavam-se comportamentos ligados ao sustento de uma família.

No "Curso Ana Rizzo", o enfoque dado ao aprendizado das mulheres incide especialmente nos cuidados com a casa. Bem posicionar objetos que decorem o ambiente, assim como flores criaria uma "atmosfera mais agradável". "*É gostoso estar em um lugar organizado, bonito*" e, com certeza, o marido se sentirá muito bem em encontrar a esposa e a casa preparada para recebê-lo. Estas e outras assertivas semelhantes são freqüentes nas aulas da consultora.

Cada "toque feminino" na casa, chamaria a atenção e faria com que o marido quisesse voltar logo do trabalho, por se sentir satisfeito e prestigiado. Em entrevista com a consultora, esta citou seu próprio exemplo de vida conjugal e expôs que, logo que se casou, seu marido não estava acostumado com as regras que ela foi dispondo pela casa, mas que com o tempo ele entendeu o objetivo e, atualmente, admira e valoriza tais hábitos.

Pudemos perceber, nas observações de campo que, para esta professora, as tarefas domésticas fazem parte do papel feminino, o que de certa forma confirma uma

idéia recorrente no senso comum, de que a “etiqueta” estaria mais próxima do universo feminino.

Conversando com Carlos, 32 anos, segurança *vip*, aluno da “Escola Christine Yufon”, este declarou ter optado por não fazer aulas entre mulheres por sentir um certo constrangimento. Eis sua compreensão a respeito:

> “Acho que as aulas devem ser separadas mesmo, porque o homem tem uma forma de andar que é diferente da mulher, porque senão já é chamado de afeminado. (...) A Christine me ensina como ser mais gentil e isso é difícil aprender na frente das mulheres. Eu acho, também, que meus interesses atrapalhariam a aula delas”.

Há uma separação de dois mundos, o “feminino” e o “masculino” e também dos comportamentos que se espera de um homem e de uma mulher. Este aluno admitiu que há por parte dele uma preocupação em ser gentil, mas será que a gentileza seria mesmo uma especificidade ou uma oferta apenas dos homens?

Atualmente vê-se um movimento rumo à igualdade de tarefas para ambos os sexos. A mulher, que em décadas anteriores era primordialmente “dona de casa”, hoje tem conquistado o mercado de trabalho e, muitas vezes, passa a administrar sozinha as finanças domésticas. Ao marido desempregado ou com mais horas vagas que a esposa, cabe o cuidado com os filhos e com a própria casa.

Os conflitos emergem quando alguns homens passam a enxergar a questão de maneira mais ampla e livre de idéias pré-concebidas, acreditando que os conteúdos ensinados em um curso de “boas maneiras” independe da variável gênero.

A conversa com Miguel, 38 anos, ex-comissário da TAM e freqüentador da “Escola Christine Yufon”, permitiu notar que algo está mudando para homens que têm acompanhado as transformações sócio-culturais, especialmente as associadas à estética e à beleza. Estão mais interessados no retardamento do envelhecimento e de suas conseqüências como as rugas, quedas de cabelo, aumento de gorduras corporais. A valorização da beleza se estende até os domínios do lar, bem como aos cuidados com o ambiente doméstico, sua decoração, assim como, à aproximação de temas antes dominados apenas pelas mulheres, tais quais a culinária e a gastronomia. Miguel afirma:

> “Ouço homens falando mal de cursos de etiqueta, que não fariam com mulheres, porque não tem nada a ver. Mas estes que acham que etiqueta estaria muito mais relacionada ao público feminino seriam preconceituosos e estariam com certos receios de assumirem que precisam aprender a cuidar dos cabelos, fazer a barba e cuidar de um guarda-roupa com trajes mais formais como ternos e gravatas.”

Assumir-se fazendo um curso de “boas maneiras” não significa, para este entrevistado, ter abalada a sua masculinidade, muito pelo contrário, denotaria que ele acompanha a atualização dos comportamentos.

Já para o consultor Livio Callado, divulgar seus cursos sob a denominação “boas maneiras” seria assumir o risco de as pessoas se sentirem portadoras de maneiras toscas por um lado e, por outro lado, de os homens que têm algum interesse em aprender “etiqueta” se verem repelidos pela expressão que remete a regras que estariam associadas ao domínio feminino.

Intitular um curso de “*marketing* pessoal”, para o professor, diminui a resistência imposta pelos próprios alunos. Muitos homens têm procurado cursos de etiqueta, mas o interesse gira em torno de temas relacionadas à área empresarial. *“Marketing pessoal é um tema que abrange variados assuntos e, ao mesmo tempo, não dá margem para que as pessoas achem que o que será aprendido é coisa de mulher ou de homem, ou que seja preciso separar em aulas de mulher e aulas de homem”*.

Devido à cisão em favor da variável gênero, em alguns cursos, o conflito se instala: as consultoras Ana Rizzo e Christine Yufon separam seus grupos de alunos em turmas de mulheres e turmas de homens. A justificativa é que haveria interesses e papéis diferentes a serem desempenhados na sociedade, além da própria preferência dos alunos. No entanto, há homens que discordam do padrão proposto por elas e acreditam que podem e devem acompanhar as aulas com todos os conteúdos que dizem respeito à etiqueta, sem diferença entre os sexos. Alguns julgam, inclusive, que é ultrapassada a idéia do homem distanciado de questões domésticas; outros acham que o campo é dividido mesmo e o formato das aulas masculinas precisa ser específico.

O acompanhamento dos cursos evidenciou o predomínio maciço das mulheres nas escolas e assuntos como “etiqueta à mesa”, “beleza e estética” despertam, ainda, um maior interesse feminino. Já temas como “etiqueta empresarial” e “*marketing* pessoal” começam a atrair os homens, tendo como principal justificativa as vantagens no mundo do trabalho.

Os (re) arranjos que envolvem a etiqueta dizem respeito também ao encontro com culturas propiciado pelas viagens de trabalho, que são apontadas em artigos de revistas, *sites*, livros ou programas de televisão e também por consultores de etiqueta como uma modalidade de viagem fundamentalmente diferente daquelas feitas para diversão. Do profissional escolhido para tal empreitada é esperada uma postura eficiente e atenta, já que está representando os interesses da empresa.

A “pontualidade” é vista como grande virtude e a indumentária deve ser, principalmente no que se refere às mulheres de negócios, “sóbria e discreta”, evitando-se “decotes ousados e insinuantes”. As roupas devem ser de fácil combinação excluindo tons “chamativos” e “estampas extravagantes”.

É interessante notar que tais prescrições são mais destacadas para as mulheres que, segundo consultores de etiqueta, são os maiores alvos de testes de profissionalismo. A consultora Gianine Luiza afirma:

> “Você imagina uma executiva que vai para o exterior representando a empresa, vai para ficar 5 dias chega no aeroporto de destino e é recebida pela empresa levando 5 malas. Não tem dúvida, estará passando uma imagem muito negativa. O executivo que está esperando questionará se ela foi mesmo a trabalho ou a passeio. A mulher no ambiente de trabalho não perderá a feminilidade por se posicionar como os homens o fazem, sendo uma profissional. Ela está representando a empresa como um executivo porque nesses ambientes não há distinção de sexo”.

A etiqueta, mais uma vez, parece ser a linha divisória entre um comportamento que inspira “credibilidade e ascensão profissional” e outro “principiante” e, conforme pudemos perceber na pesquisa em cursos oferecidos na cidade, as regras que envolvem o mundo dos negócios são buscadas por pessoas que desejam ou estão ascendendo profissionalmente. Em grande parte, já possuem formação acadêmica, fizeram especializações *latu sensu*, mas acreditam que precisam “transformar seus modos e atitudes”. André, gerente de informática, 29 anos nos contou: *“eu sou gerente de empresa e convivo com todos os níveis hierárquicos e sociais e a etiqueta é um fundamento que você precisa ter para poder se relacionar bem com as pessoas”*.

O “refinamento” do comportamento, para este interlocutor, está associado não apenas à “boa imagem” dele e da empresa que representa, mas à crença de que as regras de etiqueta o ajudarão também em termos dos relacionamentos interempresariais, evidenciando que o próprio contato com funcionários em posição inferior ou superior pode ser melhorado através das “gentilezas” aprendidas nos cursos.

A modalidade “etiqueta estrangeira” dedicada aos encontros interculturais, tem como foco os comportamentos que são avaliados por algumas culturas como “normais” e por outras como “grosseiros”, parâmetros indispensáveis para aqueles que terão um contato com a diversidade cultural.

As culturas orientais, por exemplo, são reconhecidas como bastante discretas, ou seja, no Japão, não é de bom tom falar alto ou gargalhar de uma piada, principalmente pelas mulheres que possuem um espaço no mundo do trabalho.

O ensino de regras de comportamento dando conta da diversidade cultural têm conquistado importância, segundo os consultores de "etiqueta", especialmente pelo fato de vivermos um momento de intensa globalização e abertura de mercados, o que levou à intensificação do contato intercultural. Isso vem a tona no trecho de entrevista a seguir:

> "Eu acho que a etiqueta empresarial tem conquistado espaço pela necessidade de mercado e globalização, que está fazendo com que estas empresas de porte médio a grande estejam convivendo com pessoas de outros paises de uma maneira muito maior. Então além de dar conta do nosso cotidiano, tem que entender ainda porque que um inglês faz de um jeito e o japonês de outro. Começa-se a ter um convívio com outras culturas e aí a coisa fica séria. Quando você convive sempre com o mesmo grupo parece que não há tanta preocupação com o comportamento". (Fabio Arruda, consultor de etiqueta, 32 anos)

Esse contato com a pluralidade de costumes e valores possibilitado pelas transações comerciais internacionais foi absorvido pelo campo da etiqueta. Na esfera da "etiqueta estrangeira ou contatos interculturais" o que se recomenda é a "flexibilidade cultural", conforme defende a consultora Suzana Doblinski. Um britânico e um japonês possuem formas distintas de se colocarem em uma situação, mas o que viabilizará a comunicação entre as duas culturas será o conhecimento prévio de alguns traços considerados importantes para cada uma delas.

A possibilidade de se entrar em contato com o "outro" será alcançada através do "respeito" pela diversidade cultural simbolizado pela etiqueta. Por isso, enfatiza-se que, antes de partir para uma viagem de negócios, é importante que se tenha acesso a alguns códigos culturais do povo a ser visitado, caso contrário, já nos cumprimentos corre-se o risco de cometer gafes e colocar a negociação em risco.

Dessa forma, pudemos perceber que a disciplina dos comportamentos, assim como a valorização de técnicas de domínio das expressões corporais podem decisivas no processo de comunicação, já que as relações sociais estão povoadas de simbolismos e o corpo passa a ser uma metáfora da sociedade e dos valores a ela associados.

O esforço para transformar o corpo e os comportamentos em uma vitrine que ostenta "refinamento", "*status*", "prestígio", "elegância" e "respeito" é um indício de como a sociedade contemporânea se baseia em atributos de aparência. Isto ajuda os indivíduos a confiarem na sua capacidade e também conseguirem camuflar traços sociais da desigualdade social que são constitutivos de uma sociedade como a brasileira.

No entanto, a busca pelo "refinamento" não é apenas vista pelos "etiquetados" através de um prisma utilitário ou performático, enquanto possibilidade de melhoria de

condição social, mas também ganha sentidos associados ao “respeito ao outro e ao seu próprio espaço” que podem propiciar, como foi destacado por alguns consultores e freqüentadores de cursos, uma maior “qualidade de vida”, ou seja, um *upgrade* interior que favorece momentos e relações de “carinho e reciprocidade”. Tal ênfase foi dada também na revista *Isto É* de junho de 2003, em matéria de capa, como podemos visualizar por meio da ilustração abaixo:

(ilustração correspondente à capa da revista *Isto É* de jun. 2003)

A etiqueta como destacamos ao longo do capítulo, vem se tornando, cada vez mais, uma noção polissêmica e, sendo assim, ela abarca uma rede diversificada de significados que vão desde a sua compreensão como instrumento eficaz na escalada social, até os cuidados com o próprio comportamento que acabam tendo influências positivas no “bem viver”.

IV

"Etiqueta herdada e Etiqueta adquirida"

> "A competição pela apropriação ou, ao contrário, o confisco perpétuo da distinção é o motor principal do processo civilizador, uma vez que leva a aumentar as sofisticações do *savoir-vivre*, a multiplicar as proibições, a intensificar ainda mais o limiar das censuras."
>
> (Roger Chartier, 2001)

Como já foi salientado nos capítulos anteriores, a compreensão da etiqueta ou da arte do "bem comportar-se" como domínio de camadas mais altas da população é algo muito forte no imaginário social. Todavia, os programas de televisão, assim como as revistas e demais meios de acesso a esse conjunto de regras contribuem para atenuar esta prerrogativa de classes mais abastadas, oferecendo como alternativa formas mais baratas de "refinar" os comportamentos ou mesmo ambientes. A polêmica consultora Danuza Leão concebe a etiqueta como:

> "Um conjunto de regras que servem para facilitar a vida de uma tribo que trabalha e tem dinheiro, mas não muito (...) e ainda para descomplicar, mostra que, mesmo com pouco dinheiro, sem pertencer à família tradicional, tudo se pode aprender".(Leão,1992:12)

Essa citação deixa entrever o empenho em separar a etiqueta das noções de senso comum que qualificam-na como "frescura ou coisa de rico". Paradoxalmente, algumas vezes as imagens das decorações de mesa mostradas, em alguns cursos, não se apóiam em condições que a maioria da população teria, justamente porque a beleza, nesses contextos, é logo associada a representações de "luxo" e "riqueza".

O tópico de harmonização de mesa, em que se privilegiam cuidados que vão desde as cores escolhidas, até o uso de objetos como o "boneco de neve", que não fazem parte do repertório brasileiro diretamente mas são importados de outras realidades como a européia é enfatizado em datas especiais como o Natal.

A título de exemplo, selecionamos uma foto de uma mesa ornamentada pela consultora Ana Rizzo:

(foto do acervo pessoal da consultora Ana Rizzo)

Na ilustração acima, estamos diante de uma mesa que é considerada de “boa apresentação”, baseada nos elementos de “elegância” - noção que está muito próxima do belo – porém composta por elementos de baixo custo, muitas vezes comprados em lojas de comércio popular, como já destacamos.

Além de, nesse caso específico, ser descartada a associação da etiqueta ao poder aquisitivo alto, nos meios de comunicação, em geral as regras do “bom comportamento” à mesa e da decoração tendem a estar muito próximas ou a fazer parte do cotidiano. Para isso, tanto apresentadores dos programas como os próprios consultores utilizam materiais acessíveis e sugerem maneiras de organização e formas de utilização de produtos que muitas vezes a dona de casa já têm em seus armários, sem conhecer a melhor forma de aproveitá-los.

Mais do que regras de como se portar à mesa e harmonizá-la com arranjos florais, talheres, copos, taças e outros utensílios de mesa, ensina-se a agir com flexibilidade e a internalizar os princípios de modo a tornar aquele comportamento um hábito diário.

A ênfase dada aos baixos custos que uma mesa enfeitada pode ter traduz-se, por exemplo, na informação de que um arranjo pode ser feito com flores retiradas do próprio jardim, pois o que estaria em jogo seria o “carinho”, uma tentativa de agradar aos familiares e amigos.

Torna-se importante compreender que o cultivo da “boa aparência”, como forma de demonstrar “bom senso” e, principalmente, “elegância e sofisticação”, tanto em casa como em um local público é movido pelo desejo de aumentar a consideração daqueles que procuram tal harmonia.

A idéia de “refinamento”, portanto, não aparece associada, unicamente, ao ensino da decoração de mesa, mas ao próprio consumo de alimentos que, inclusive podem ser confeccionados em casa, recorrendo aos sentidos olfativos, gustativos e, especialmente, visuais.

O “refinamento” nos programas de televisão relacionados à etiqueta à mesa é divulgado através de receitas com participações de *chefs* de cozinha de restaurantes renomados, a fim de que a parcela da população que normalmente não pode ter acesso a esse tipo de estabelecimento tenha condições de conhecer seu requinte sem sair de casa. Isso não possibilita apenas que se prepare para familiares um cardápio considerado de “bom gosto”, mas que se possa também fazer dessa aprendizagem um meio de vida, ou seja, que isso se transforme em fonte de renda.

Programas de televisão como o “*Mais Você*” tornam acessível ao público a confecção de um “prato fino” e um estilo de decoração de mesa usualmente encarado como distante. Nos livros de “etiqueta” que classificamos como “manuais bem humorados”, pode-se perceber que o tom informal tem o objetivo de desmistificar a dificuldade de aquisição de comportamentos, talvez tidos como complicados, contribuindo para que tais hábitos sejam adquiridos de forma “agradável”. Vejamos como são valorizadas a flexibilidade e a descontração, atualmente:

> “Existe uma preocupação muito grande com a maneira como uma pessoa deve portar-se à mesa. Relaxe e lembre-se de que, antigamente, tudo era muito mais rigoroso e, que, hoje em dia, pequenos deslizes, podem ser relevados. Cotovelos na mesa definitivamente são deselegantes. Mas, na hora do cafezinho, se você se distraiu e apoiou os braços descontraidamente não precisa morrer de culpa”. (Matarazzo,1995:75)

Nesta passagem Matarazzo dá destaque às mudanças pelas quais a etiqueta tem passado. As regras vêm sendo manipuladas de maneira muito mais flexível do que em séculos passados, como do XVI ao XVIII, assim como diminuiu o rigor que envolvia esses hábitos. No entanto, o investimento na etiqueta como signo de distinção permanece significativo até os dias de hoje.

O objetivo dessa distinção, segundo análises do historiador Jean Louis Flandrin, especialmente à mesa, nos círculos das cortes, era afastar ou dificultar o acesso de camadas menos favorecidas ao convívio social dos aristocratas.

Os códigos estabelecidos pelos "manuais de civilidade" entre os séculos XVI e XVIII tinham como finalidade a segregação social e a garantia de compartilhar momentos com aqueles que estivessem imbuídos de instruções semelhantes em todos os setores da vida, o que incluía afinidades culturais que eram dadas pela própria formação familiar.

O "bom gosto", desde épocas muito antigas, estava no domínio das altas camadas sociais, sendo construído dentro do seio familiar e, como pesquisas francesas recentes[38] comprovam, ainda hoje os hábitos refinados, pelo menos na Europa, são vistos como fruto da tradição oral familiar.

Curiosamente, a sociedade brasileira tem demonstrado uma certa flexibilidade nesse sentido e, mesmo que de forma discreta, a "etiqueta" conquista crescentemente espaços na mídia, passa a ser divulgada como qualquer outro produto capaz de "mudar a vida de uma pessoa comum".

Pode-se perceber um embate simbólico quanto às formas de acesso às regras de etiqueta, que fica visível no campo dos cursos em que alguns professores tiveram contato com o universo da etiqueta desde a infância, no âmbito familiar, enquanto outros assimilaram por meio de cursos, livros ou revistas tais códigos de comportamento.

Os professores que herdaram esse tipo de conhecimento fazem isso transparecer nas aulas agindo detentores legítimos das "boas maneiras", em detrimento dos que aprenderam-na posteriormente, fora do âmbito doméstico.

No grupo dos alunos acontece um movimento de comparação com outras pessoas que julgam ter mais conhecimento "de berço", pois associam o verdadeiro domínio da etiqueta a camadas mais altas da sociedade. Ainda que aprendam ou tenham contato com o considerado "correto" ou "elegante", sempre restará um desconsolo e uma sensação de inferioridade em relação a quem pratica "desde o berço".

Dessa forma, mesmo que haja compreensões sobre a etiqueta que possibilitem associações com uma "qualidade de vida" e que possam tornar o conhecimento da etiqueta algo "agradável e sem muitas cobranças" ou como uma "maneira de tornar a

---

[38] Ver RIGAU, Eric Mension. "A distinção nas elites" In: DHOQUOIS, R. *A polidez*. Porto Alegre, LP&M, 1993.

vida mais aprazível", ainda sim, é necessário atentar que os conflitos que se pautam em diferenças de condições socioeconômicas são inerentes a esse campo.

A respeito de aprender regras de etiqueta na socialização familiar, a consultora em comportamento social Lili Barcellos, em um *site*[39] destinado à área de recursos humanos e ao reposicionamento profissional, faz a seguinte afirmação sobre comportamentos "educados":

> "Podemos entender educação como aquela base que adquirimos em família e que nos ensina o essencial para nos relacionarmos bem em sociedade dando 'bom dia', 'boa tarde', 'pedir licença para entrar nos lugares', 'bater à porta antes de entrar' etc. Uma pessoa que tenha esse repertório pode se dar muito bem em sociedade, porque será entendida em todos os ambientes. Essas maneiras expressam acima de tudo que esta é uma pessoa bem-educada".

A etiqueta, é fundamental assinalar, tem como um elemento fundante a distinção oriunda das altas camadas sociais, fato que é utilizado ainda por alguns consultores para tornar mais valiosa a sua "oferta".

Entretanto, nossa pesquisa detectou um movimento de popularização da etiqueta, que demonstra a sua utilidade em uma sociedade pontuada pela desigualdade social e econômica, na qual a "etiqueta" torna-se um "bem de consumo simbólico", absorvido através de representações associadas ao "sonho de consumo", "prestígio" e "*status*".

A versatilidade na prática da etiqueta e a forma massiva como vem sendo divulgada faz com que essa prática cultural combine arranjos novos com os antigos, relativos às relações familiares e às formas de sociabilidade em geral.

A primazia do "capital cultural herdado", aquele construído no âmbito doméstico por famílias abastadas ou intelectualizadas a que se refere o sociólogo Pierre Bourdieu[40] não constitui um quadro que se conforme plenamente à realidade enfocada por esta pesquisa. No nosso caso, as famílias que não tiveram acesso a uma educação "refinada" na infância, a "compram" e passam a ter acesso tardiamente a noções de "bom gosto" e "bons modos" e, no caso de seus filhos, os colocam em escolas de etiqueta, ainda que corram o risco de serem criticadas por pedagogas que nomeiam esse movimento de "terceirização" da educação.

---

[39] O site ao qual nos referimos é o www.news.curriculum.com.br consultado em 3 de junho de 2001.
[40] BOURDIEU, Pierre. La distinción. Madrid, Taurus, 1988.

O interesse despertado pela etiqueta está associado à seu detentor “original”, ou seja, à figura do consultor, que tem influência na modalidade de etiqueta que se quer praticar.

Tanto os “professores, quanto os “alunos” dos cursos de etiqueta oferecidos na cidade tentam demarcar ou definir através de um conjunto de significados ou ações possíveis o que conforma esse campo do “bem comportar-se”.

Não é possível, contudo, encontrar uma definição unânime em termos de “certo” ou “errado”, “elegante” ou “deselegante” e, principalmente, no que se refere à procura de uma concepção fechada do que vem a ser a etiqueta. O acompanhamento de vários cursos demonstrou que cada professor imprime a sua marca, divulgando, assim, a sua visão sobre a etiqueta.

O contato com os freqüentadores dos cursos oferecidos na cidade proporcionou a compreensão de que quem escolhe fazê-los tem algumas concepções pré-estabelecidas a respeito do que espera aprender e sobre a “figura” do(a) professor(a) de etiqueta.

É necessário destacar que esses cursos ainda continuam sendo os espaços privilegiados da busca do “refinamento”, no qual a distância entre a “etiqueta herdada” e a “etiqueta adquirida” acaba se reafirmando, ao mesmo tempo em que os alunos estão buscando supera-la.

Observando cursos como o da argentina Ana Rizzo, nota-se que as regras de etiqueta por ela ensinadas ganham maior força simbólica associadas ao ambiente no qual as aulas são dadas: sua casa é o “cartão de visitas”, bem como sua história de vida e seu aprendizado com bases familiares européias são sua melhor propaganda.

Telma, 29 anos e gerente de empresa, afirma gostar muito das aulas de Rizzo, revelando que sua elegância a faz ter satisfação em participar das aulas e aprender sobre o comportamento. Compara esta com outras ofertas como a da “Escola Christine Yufon”, cuja metodologia de ensino não lhe causara uma impressão agradável.

É pertinente apresentarmos uma breve comparação entre as aulas das duas consultoras, a fim de compreendermos como se constituiu a escolha da interlocutora por um curso e não por outro.

De um lado, temos o curso que lhe causou muito boa impressão, que foi o de Ana Rizzo, uma argentina casada com um brasileiro, e que reside no bairro Jardim Europa, em São Paulo, em um condomínio de edifícios de alto padrão. As aulas acontecem em sua casa e, ao entrarmos, podemos vislumbrar uma decoração composta

por tapetes persas, vasos chineses, cristaleira com louças, cristais e talheres de prata, pequenos enfeites de mesa dos quais alguns são herança familiar.

Durante as aulas, a casa é arrumada para simular como se deveria proceder quanto à decoração de mesa, dos próprios objetos que se tem e que podem ter sua função transformada etc. Os arranjos decorativos chamam muito a atenção, lembrando ambientes que podem ser vistos em páginas de revistas como a *"Caras"*. Não só a sofisticação da arrumação da casa, mas o próprio comportamento da professora provocam uma sensação de deslumbramento nas alunas, que ficam fascinadas com o que estão vendo.

Rizzo 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, o que compõe a figura que as alunas esperam a respeito da etiqueta. Sempre com um tom de voz equilibrado, nem muito alto e nem muito baixo, a professora apresenta as noções de etiqueta referentes ao uso de cartões em geral, assuntos e comportamentos em eventos, postura à mesa, uso adequado de talheres, comportamento no trabalho, cores adequadas ao tom de pele no que se refere a roupas e maquiagem e decoração da mesa e da casa.

A justificativa para a forma como decora a casa, principalmente em datas especiais como Páscoa e Natal, é retirada de sua própria história de vida.

Mesmo enfatizando que tornar uma "casa bonita e agradável" não requer gastos muito altos e que um resultado satisfatório pode ser alcançado com artigos comprados na 25 de Março (rua de intenso comércio popular localizada na região central de São Paulo), as alunas demonstram deslumbramento quando vêem a decoração da casa e da mesa. Admitindo sua ineficiência para tal realização, passam a contratá-la para criar um ambiente idêntico em suas casas. Tal fascínio é, portanto, causado nas freqüentadoras pelo fato de a proposta de Rizzo estar em consonância com o que elas acreditam ser a etiqueta, ou seja, os vetores que compõem essa escolha estão pautados: na localização das aulas (bairro dos Jardins-zona oeste de São Paulo), além de ser uma estrangeira com influências européias ensinando etiqueta e a própria ostentação do ambiente, seja com peças mais populares, seja com as peças decorativas que foram herdadas, pois é a imagem daquilo que entendem por belo é que está em jogo e que "enche os olhos das alunas".

Em um dos inúmeros momentos de observação desse curso que ocorria duas vezes por semana, pode-se acompanhar a aprendizagem de regras de comportamento

em eventos, reuniões de trabalho e posturas à mesa com duas alunas: Miriam, 26 anos, psicóloga recém formada e Laura, 22 anos, prestes a se formar em Administração pela Fundação Getúlio Vargas. As duas freqüentadoras sempre saíam bastante satisfeitas com as aulas, tanto que, quando Miriam tinha dúvidas em casa sobre assunto como "receber convidados", ligava para Rizzo para ter esclarecimento sobre como deveria se posicionar. Em uma conversa informal com a professora, sobre os motivos de as alunas a procurarem ela citou como exemplo o caso de Miriam e demonstrou muito orgulho em ser tomada como referência. Para Miriam, a ministrante é considerada a personificação da etiqueta e do "refinamento".

De outro lado temos um tipo de curso diferente que, por sinal, não agradou muito a algumas freqüentadoras. É a vertente oriental de ensino da etiqueta, divulgada por Christine Yufon, proprietária da escola que leva o seu nome. Yufon é chinesa, viúva, e defende a cultura milenar oriental, com seus preceitos de filosofia de vida. Esses preceitos deveriam ser a justificativa para que as pessoas freqüentassem o seu curso, pois, segundo a professora, receberiam um aprendizado sobre a vida. Contudo, a professora escolheu, para efeito de divulgação,chamá-lo de "*marketing* pessoal".

Desde a primeira aula, a professora mescla, com os conteúdos de etiqueta, a filosofia chinesa, afirmando que a questão de maior importância é o respeito, o cuidado com o outro e essa é a peculiaridade do seu curso. Encontramos em suas palavras semelhanças com os livros de auto-ajuda que centram seus objetivos na estimulação da auto-estima.

Os pontos fortes do curso de Yufon são ensinar postura e comportamento baseados na filosofia chinesa, cujo representante principal é Lao Tse.

A professora afirma que o seu método não procura padronizar as pessoas ou fazer com que todas consigam a mesma postura. Faz uma comparação de seu trabalho de educadora com o de escultora que, segundo ela, pode ser aplicado às pessoas: *"cada mulher tem a sua característica, singularidade e desta forma são vistas individualmente, caso contrário, todas virariam barbies e este não é o meu objetivo"*.

Se para algumas pessoas a concepção de etiqueta de Yufon gera conflitos e discordâncias, como narrou a entrevistada Telma, para outras é motivo de muito alegria fazer um curso desse tipo.

Para Liciane, 26 anos, casada, proprietária de frigorífico, residente no bairro dos Jardins - com quem eu participei das aulas que aconteciam duas tardes na semana, em uma classe pequena composta de três ou quatro alunas - as noções de etiqueta de Yufon

foram muito bem vindas. A etiqueta para essa interlocutora está associada ao dia a dia, a situações corriqueiras podendo agregar aos hábitos cotidianos uma maior "qualidade de vida", um "bem-estar" para ela e também para seus familiares e amigos. Não apenas para esta aluna, como também para Regina, 45 anos, comissária de vôos internacionais, uma outra freqüentadora, era um "grande prazer e uma honra" poder ouvir as experiências de vida de Yufon aliadas às regras de etiqueta.

Com uma abordagem igualmente eclética, aliando conteúdos do espiritismo, da psicologia, neurolinguística e da própria etiqueta, estão os cursos oferecidos pelo consultor Livio Callado, que encontra em sua origem humilde a justificativa para suas aulas. Ao esboçar sua história de vida para o público, o professor deixa transparecer sua concepção de etiqueta, qual seja, a possibilidade do treino e da transformação dos comportamentos para uma melhor interação social, com vistas, principalmente, ao mercado de trabalho e a uma possível ascensão social.

Em uma de suas palestras, realizadas em um final de semana com a presença de vinte e sete pessoas, pudemos perceber o quanto o seu posicionamento em relação ao tema e a própria linguagem mais simples, utilizada por ele, tinham como objetivo atingir o público com a mensagem de que a etiqueta não é prerrogativa das camadas mais favorecidas, nem está necessariamente calcada em comportamentos "complicados".

Após apresentar-se, dirigiu-se aos participantes sugerindo que, por poderem estar ali naquele curso, eram privilegiados, expressando-se através de "chavões" como: "vocês são iluminados por poderem estar fazendo um curso desses em dias tão difíceis". Mas os estímulos para a transformação não pararam por aí e para exemplificar que nada na vida é estático, perguntou se as pessoas conheciam a canção cuja letra dizia: "eu nasci assim, eu vivi assim, vou ser sempre assim, Gabriela"[41]. Em seguida, argumentou que muitas pessoas têm "complexo de Gabriela", ou seja, não acreditam que podem mudar suas vidas e conquistar uma melhor colocação, porém, segundo sua crença, "isso é possível" e, ele mesmo, seria um bom exemplo disso. O primeiro passo é "melhorar-se (refere-se aos comportamentos) e acreditar em si mesmo".

Sua abordagem da etiqueta, não teve boa aceitação e as discordâncias foram muitas, como relata Lúcia, 35 anos, analista de sistemas, que também freqüentou o curso. Lúcia demonstrou sua insatisfação com o que aprendeu com Callado por considerar suas

[41] Este é um trecho da canção "Modinha para Gabriela" , composição de Dorival Caymmi.

abordagens já ultrapassadas e por não concordar também com as relações que o consultor faz da etiqueta com espiritualidade, auto-ajuda entre outras.

Nesse sentido, o que se percebe é que os conflitos são gerados a partir das expectativas dos sujeitos interessados nesses cursos e também devido à maneira como entendem que é a etiqueta. Mas será que podemos traduzir a etiqueta em uma única definição ? O campo nos apontou que múltiplas são as possibilidades de se compreender e abordar a etiqueta conforme as peculiaridades de cada curso e de cada professor.

Em acompanhamento a uma palestra beneficente oferecida por Claudia Matarazzo na cidade de São Vicente conversamos com Andréia, 22 anos, manequim, que foi uma das participantes. Era notório seu "mal estar" no ambiente.

O evento, iniciativa da primeira-dama da cidade contou com 31 participantes, todas mulheres, podendo-se perceber que os cumprimentos entre as convidadas eram bastante eufóricos, o que conferia um clima de encontro entre amigas que há muito não se viam. Durante a espera, Andréia nos disse que tinha ido assistir à palestra no lugar de uma amiga que tinha recebido o convite. Sua sensação, ao adentrar o espaço foi de estar sendo "medida dos pés à cabeça" e sua impressão foi de "não se sentir do meio", "deslocada" e "não fazendo parte do grupo".

A maioria das participantes que estavam lá eram convidadas da esposa do prefeito e pertenciam à elite da cidade, conforme Andréia nos disse. Na sua compreensão sobre a etiqueta, uma pessoa destas não precisaria fazer um curso de etiqueta, pelo fato desse tipo de aprendizado "já fazer parte de sua história de vida". Já para pessoas de camadas mais baixas seria mais importante fazer aula de "boas maneiras" em razão da falta de espaço concedido ao "refinamento" dos comportamentos, dentro de seu processo de aprendizagem familiar. Passemos a um trecho no qual Andréia fala sobre as diferenças de comportamento associadas ao vetor classe social:

> "Educação vem de casa, mas etiqueta ajuda muito, mas tem gente que por mais que faça esses cursos, parece que não fez. (...) Eu tinha um namorado que era de uma família de mais posses que a minha, de classe mais alta e eu sentia que a mãe dele sempre ficava me colocando em situações difíceis para mostrar para o filho que eu não servia para ele, que eu não sabia me comportar. Colocava sempre vários talheres, descanso de faca e garfo, oferecia alcachofras, coquetel de camarão, até que um dia eu resolvi mostrar que podia fazer melhor e fiz um curso de etiqueta".

O depoimento de Andréia explicita os conflitos simbólicos entre aqueles que, por terem uma condição social mais favorável, se consideram legítimos detentores do poder

do “refinamento” e os outros que se sentem constrangidos e são levados a procurar tal aprendizagem, com o objetivo de dissimular sua origem social ou melhorar sua condição futura. Esta foi uma situação na qual o conflito aconteceu de forma direta, mas entre professores, essa distinção entre os que “nasceram no meio da etiqueta” e os que a “aprenderam” acontece sutilmente.

Podemos destacar o caso do “curso Ana Rizzo” que prima pela divulgação das regras a partir de elementos como a tradição, principalmente quando são oferecidas aulas sobre datas especiais como Páscoa e Natal, nas quais a professora se esmera em mostrar o maior número possível de artesanatos que podem ajudar a compor a decoração de mesas e da própria casa, sempre usando exemplos que lembram sua herança européia e familiar.

Ter aprendido desde cedo com seus pais os preceitos da etiqueta significa, para Rizzo, algo muito valioso e a professora considera gratificante poder ensinar os alunos a tornarem seus comportamentos mais “bonitos e elegantes”. Porém, quando se trata de professores que querem aprender com ela para melhorarem seus currículos como profissionais da etiqueta, os contatos já não são tão amistosos.

Em uma das conversas que tivemos com a professora, em sua casa, esta comentou sobre a procura e o interesse de outros professores em participarem de suas aulas e mesmo de tomar conhecimento dos conteúdos abordados por ela com os alunos. No entanto, Rizzo disse não informar os conteúdos abordados, nem aceitar a matrícula de consultores em formação. Contando um pouco de sua história ela revelou:

> “Tive uma educação muito rígida na Argentina. O que sei hoje minha mãe me ensinou desde cedo. Quando me ensinaram a me comportar à mesa foi da maneira certa, com postura e pegando o garfo e a faca da maneira correta. Aprendi a agradecer os presentes que ganhava, cumprimentar e é tudo o que faço hoje; nada mudou.(...) Mas estes são conhecimentos de uma vida inteira, e isso não tem quem pague”.

Os professores que durante a vida descobriram que podiam aprender e ensinar etiqueta são vistos, de certa forma, como ameaça pelo outro grupo que teve acesso através dos ensinamentos familiares.

As discordâncias não partem apenas do grupo que “herdou” a etiqueta em relação àquele que a “adquiriu”, mas o movimento contrário também acontece, pois estes últimos também estão em busca da sua legitimidade. Se o primeiro tenta se validar através de elementos como a “tradição” para configurar o seu campo de abrangência, o

segundo tenta dar autenticidade à sua prática pelo discurso da "ascensão social", tão almejada na sociedade contemporânea.

É significativa a experiência dos cursos do consultor "Livio Callado", que utiliza sua própria história de vida, contando aos alunos o meio do qual provém - uma família de origem muito humilde - motivo que o levou a começar a trabalhar desde cedo para se manter. Chegou a uma posição social melhor devido ao seu próprio esforço e com a "crença em si mesmo". Em sua visão, o fato de assumir em público o processo pelo qual passou ajuda os alunos a acreditarem que podem melhorar suas vidas e "chegar lá" e atingir o "sucesso".

Durante uma conversa que tivemos com Callado, este citou um telefonema que fez para uma professora chamada Ana Maria a fim de que esta lhe desse algumas aulas de etiqueta; teria ficado "pasmo" ao ouvir dela depois de conversar e expor o caso, que não havia mais vagas no curso em questão. Foi uma atitude muito estranha para ele, que costuma incluir interessados de última hora, mesmo que o grupo para a palestra já esteja com um número mínimo de participantes – geralmente, 20 pessoas. Callado diz que *"sempre se dá um jeito, coloca-se mais uma cadeira, pois depende do dinheiro"*.

Para o consultor, a maioria das professoras que oferece cursos de "etiqueta" na cidade são oriundas de altas camadas da sociedade e, sendo assim, não podem conhecer a realidade dos sujeitos que procuram este tipo de aprendizagem. Segundo suas informações, os alunos são, na maioria, trabalhadores que visam melhorar sua posição profissional, e neste caso, tais consultoras teriam pouco a oferecer, já que não possuem "conhecimento de causa" sobre questões relacionadas ao "duro mundo do trabalho". O trecho abaixo demonstra sua contrariedade em relação às professoras que "herdaram" as "boas maneiras" :

> "(...) Tem muita madame dando curso de etiqueta, mas elas se baseiam no mundo delas. Nunca andaram de ônibus, não sabem o que é trabalhar o dia todo e depois ir estudar à noite, então é algo muito distante da realidade dos alunos que começam a achar que o que será ensinado nos cursos é algo supérfluo, quase sem utilidade(...)".

O conflito externalizado por Callado refere-se à questão de que a transformação do comportamento, atualmente, passa por questões muito concretas do cotidiano das pessoas, no qual deter o conhecimento das "boas maneiras" é ter vantagens na competitiva sociedade contemporânea. Em sua visão, uma "*socialite*", como se dirige a elas, não consegue dar sua contribuição a quem vive uma realidade tão distinta da sua.

Com essas palavras, o professor evoca uma realidade marcada pela desigualdade social e define o aprendizado da etiqueta como um instrumento eficiente para se atingir uma "melhor condição de vida". Assim, ele se diferencia das "muitas madames", como ele mesmo diz, por ser alguém que "batalhou" para conquistar o posto que hoje o torna "detentor do poder do refinamento". Alguém que enfrentou obstáculos, driblou os limites de classe, tornando-se um "vencedor".

As tensões atingem também os alunos que, ao ouvirem falar de professoras que oferecem aulas no bairro dos Jardins – zona oeste da cidade - ou que, eventualmente, estão na mídia, desistem de sua participação por imaginarem não poder custear tal curso ou por poderem se sentir "deslocados".

Por meio dos cursos de Livio Callado conhecemos Rosilene, 34 anos, governanta em uma casa de família residente no bairro dos Jardins em São Paulo. A aluna nos contou que achou este curso mais compatível com sua condição financeira. Aos 16 anos, a entrevistada começou a trabalhar de empregada doméstica para uma família em Campinas, tendo conseguido completar seus estudos, no ensino médio, só na fase adulta. Segundo ela, sempre gostou de ler artigos referentes a comportamento e moda em revistas de grande circulação, como "*Veja*" e "*Caras*", até que descobriu o curso "*Casa Gourmet & Art"*, que é gratuito. Acompanhou as aulas e, depois de se informar com a professora, matriculou-se em um outro oferecido pelo consultor Livio Callado.

Este foi, para ela, um curso muito caro, feito com suas economias, a despeito das críticas dos familiares que falavam que era uma "loucura" acreditar nesse tipo de coisa, principalmente porque havia abandonado o trabalho em Campinas na esperança de em São Paulo encontrar melhores condições de vida: "precisava fazer alguma coisa para transformar todos aqueles anos de acomodação", afirmou Rosilene. Pouco tempo depois, através de uma indicação, conseguiu fazer uma entrevista e tornou-se a governanta de uma família tradicional residente no bairro Jardim Europa, para a qual continua trabalhando. Para esta entrevistada, mesmo tendo feito aulas de etiqueta e "sabendo se comportar melhor" sente uma diferença em relação à sua patroa que, segundo ela, tem uma "educação de berço". Essa família para quem trabalha e com a qual convive não aprendeu etiqueta em um curso como ela, mas em casa. Assim, Rosilene passa a descrever como opera a etiqueta à mesa para esse grupo:

> "A família para quem trabalho vive desse tipo de regra o tempo todo. (...) Toda a parafernália é usada diariamente. São três ou quatro copos, coisas que a gente sabe que, geralmente, não se usa no dia a dia, mas em um jantar especial. Mas lá é usado todo dia e quando falta alguma coisa, a dona da casa me chama a atenção."

O interesse pela etiqueta surgiu quando ainda trabalhava, em Campinas, pois convivendo com a família para quem trabalhava sentia-se diminuída. Passou a observá-los e, atualmente, em um novo local de trabalho, depois de ter passado por algumas aulas de comportamento, Rosilene tece comparações e frisa que sabe mais "etiqueta" que os antigos patrões campineiros.

Etiqueta, para Rosilene, não significa "uma pessoa toda engomadinha que fica de nariz em pé", já que em sua visão é possível encontrar "pessoas humildes comendo direito, à mesa", da mesma forma que se pode localizar *"pessoas com dinheiro, uma conta bancária enorme, que se sentam à mesa e comem como porcos"*.

No entanto, mesmo tendo feito cursos de etiqueta e conseguido uma melhor colocação profissional, não passam despercebidas à governanta as diferenças patentes em termos de sua educação e a da sua patroa. Em suas palavras:

> "Essa família para quem trabalho hoje em dia está mais rica que seus pais, mas a educação é apurada, vem de berço. Minha patroa não aprendeu em curso como eu, ela aprendeu de vivência em casa, ela vive tudo aquilo. (...) Se eu não tivesse um pouquinho de etiqueta eu não teria me encaixado nesse emprego e não me sentiria muito bem lá".

Nota-se que, inicialmente, há um embate simbólico entre professores em torno da definição de qual grupo seria o "autêntico" e mais "indicado" detentor do conhecimento das "boas maneiras". Cada qual com suas características oferece suas justificativas para conquistar seus públicos, mas a busca pela transformação do comportamento seja pelo motivo de "ascensão social", "manutenção do emprego", seja por "qualidade de vida" é dos alunos. Estes últimos se identificam com os discursos propagados e fazem suas escolhas pelo curso X ou Y e conseguem, no limite, utilizar os conhecimentos obtidos. Porém, nos dois níveis, o hiato entre quem "herdou" e quem "adquiriu" permanece.

Mantivemos contato regular tanto com os professores quanto com os alunos dos cursos por nós acompanhados e essa relação nos permitiu perceber que, para os freqüentadores, uma questão difícil é como conciliar o que é aprendido sobre etiqueta em suas vidas privadas e públicas.

Alguns consultores, nas suas aulas, são enfáticos em defender que os comportamentos se transformarão somente depois de muito "treino" e, já durante o curso, colocam os alunos em situações delicadas para ver como se saem. Fabiana, 25 anos, formanda em Direito pelo Largo São Francisco, aluna do curso "Ana Rizzo" durante um exercício ficou constrangida e afirmou: *"como é difícil usar a mão esquerda! Sou destra e aprendi a comer com essa mão e agora para utilizar a outra, parece que estou sem coordenação, principalmente com uma comida como macarrão"*. Tal inquietação pode, também, ser acompanhada em um encarte da revista *"Veja"* como podemos ver abaixo:

(ilustração extraída do encarte da revista *"Veja-Na sala de aula"* de set.1998)

No que se refere às orientações a respeito da incorporação de novos hábitos à mesa, a consultora Ana Rizzo consola e afirma: *"as transformações, inicialmente, são lentas. No começo é esperado algum nível de dificuldade; mas, o treino contínuo em casa, possibilita a superação desse ponto e se atinja beleza e naturalidade ao comer"*.

Durante as aulas a professora perguntava às alunas como estava se concretizando o “treino em casa”, sempre destacando que o comportamento em público só seria alcançado com êxito se, no âmbito doméstico, houvesse investimento.

Em conversa com a consultora sobre comportamentos em casa e fora de casa, Rizzo nos afirmou que é objetivo em enfatizar para os alunos que será difícil apresentar um comportamento elegante em um almoço de negócios se não se praticar regularmente na intimidade como podemos comprovar no trecho a seguir:

> “Existem pessoas que acham etiqueta uma coisa fútil e que não serve para nada. Fazem o curso porque necessariamente percebem que não conseguem se relacionar no trabalho. É o tipo de pessoa que quer ter um comportamento dentro de casa e outro fora e isso eu não aconselho, acho que não serve. Mas quando tem que fechar um negócio à mesa ficam aflitos. (...) Eu acho que o comportamento começa em casa e para você e aquilo que é bom para você em casa, será bom, bonito e natural em qualquer lugar e com qualquer pessoa”.

A professora se refere a um casal de advogados na faixa etária dos 40 anos que a procurou por ter ascendido social e economicamente e ter de enfrentar reuniões e, principalmente à mesa, não conseguirem controlar os comportamentos. Provenientes de famílias humildes, não tiveram acesso a tais conhecimentos em épocas anteriores, o que lhes fazia falta. Seus grupos de origem continuam vivendo em condições simples, fato que faz com que o casal acredite que não seja indicado colocar em prática tais “refinamentos” cotidianamente entre eles, além de acharem que tais práticas fora do contexto profissional, são consideradas “frescura”.

Essa experiência sugere o quanto ainda é problemático para quem procura um curso de etiqueta, assumir as mudanças implicadas nessa prática cultural. Surge um dilema: entrar ou não em acordo com os consultores, que incentivam mudanças em todos os círculos sociais com os quais os alunos tenham vínculo.

No caso do “curso Ana Rizzo”, a ênfase para que o comportamento, tanto na esfera pública, quanto na esfera privada, esteja em consonância, é mais cobrada em relação às maneiras à mesa. Em aulas como as da “Escola Christine Yufon” há uma tendência em privilegiar a postura em relação ao andar, ao sentar e ao controle dos gestos.

O direcionamento desse curso deve-se à carreira seguida por Yufon. A consultora foi manequim e ministrou aulas durante muitos anos para formação de pessoas nessa área, trabalhando com estética. O seu modo de se movimentar é visto pelas alunas como modelo de elegância e comportamento.

Conversando com Julia, 21 anos, estudante de Decoração na faculdade Belas Artes, esta nos declarou que *"esse é um curso para a vida toda"* e que chegou até lá por incentivo de sua mãe, que acreditava que precisasse refinar seus hábitos. Diz ter se empolgado com as aulas pelo fato de Yufon ensinar maneiras adequadas de se comportar em diversas situações, não indicando que agisse como se fosse uma "boneca de porcelana", sem liberdade de movimentos.

A aluna cita como exemplo do não cumprimento das regras o momento das refeições, nas quais às vezes trança os talheres, ao invés de usar o garfo na mão esquerda e a faca na direita, como foi ensinado. Porém, logo em seguida, ao perceber os erros, começa a fazer o correto.

Julia nos confidenciou que, em casa, é mais fácil deixar de lado as regras, pois não há o "olho fiscalizador de ninguém", embora ela se policie para fazer o "certo". Ela nos disse: *"quando estou em um lugar mais fino, formal, já penso nas regras, ou mesmo casa de gente que eu não conheço muito. Nesses locais é preciso ter uma postura melhor. Acho que há uma cobrança por parte da sociedade, em relação ao comportamento mais elegante"*.

A dúvida e o conflito em relação à utilização dos comportamentos considerados "finos" emergem porque, para os freqüentadores, é difícil mudar um hábito que tem uma origem cultural, ou seja, fora de casa é que se fazem necessárias a prática e a demonstração de "elegância". Em casa, ao contrário, pela intimidade do ambiente, a descontração prepondera.

Na visão do consultor Livio Callado, a televisão tem conquistado grande importância no estilo de vida das pessoas, pois haveria uma divulgação constante, principalmente nas novelas, do personagem "rico" como sendo aquele que "se veste bem", "tem classe" enquanto o "pobre" costuma ser aquele que "grita", que faz "escândalo", que não tem "nenhuma educação". Isso contribui para que a "etiqueta" se revista de uma conquista de "*glamour*", um "charme", quando o que deveria acontecer é uma *"lapidação não apenas para os outros, mas para si mesmo; um aprimoramento interior"*, como afirmam os consultores.

Porém, é preciso considerar que alguns conflitos surgem quando as alunas entram em contato com algumas regras nos cursos, e no momento de colocá-las em prática em casa, sofrem certos impedimentos colocados pela família, que não vive conforme os hábitos que aprendeu nos cursos. Os problemas aparecem, principalmente,

associados à “etiqueta à mesa”, tópico que engloba decoração de mesa, arrumação dos talheres, copos nos lugares adequados e usos dos utensílios.

Foi o caso narrado por Carminha, 22 anos, empregada doméstica que, ao trabalhar para uma família residente no bairro de Cerqueira César, em São Paulo, teve o incentivo da mãe de sua patroa para freqüentar os cursos gratuitos de culinária do “Casa Gourmet & Art”. Ao descobrir que eram oferecidas, no mesmo local, aulas de etiqueta, teve interesse e fez sua inscrição. Em diálogo com essa freqüentadora, esta afirmou enfrentar alguns conflitos associados ao uso da etiqueta em família:

> “Não é só cozinhar, é preciso saber também como arrumar uma mesa bonita, com os talheres, guardanapo de forma correta. Não é porque eu sou pobre que não vou me comportar direito. Minha mãe me ensinou a comer com garfo e faca mas eu conheço gente que come de colher só porque é pobre. (...) Tem gente da minha família que fala: a gente é pobre mesmo, não precisa se preocupar com essas frescuras; isso é coisa de rico. (...) Mas eu não, sempre gostei de saber arrumar a mesa e agora que aprendi coisas no curso o que eu não sabia, coloco em prática na minha casa, com meu marido, porque quero que ele aprenda o certo, a usar guardanapo, a sentar”.

Essa conversa demonstra que, uma vez ultrapassado o conflito inicial de escolher incorporar ou não o que se aprendeu nos cursos, apareceria um segundo referente à prática em família, principalmente quando estas possuem uma origem mais humilde. A insistência na utilização de hábitos vistos como práticas de camadas superiores parece abrir possibilidades para rupturas ou estremecimento das relações familiares.

O dilema que emergiu dessas experiências narradas vem da dificuldade desencadeada pelo contato com novas regras que, originalmente, fazem parte de um repertório de camadas mais altas, constituindo-se, no limite como “frescuras” dispensáveis no dia a dia de grupos sociais menos favorecidos socialmente.

Apesar da primazia da conquista de regras pautada na hereditariedade, a fim de ser pelo menos “bem aceito” em outros círculos sociais mais abastados, pessoas mais simples tentam aprender, mesmo que fora do âmbito familiar, tais “refinamentos”. É o que pudemos perceber na entrevista com Luciane, 30 anos, uma vendedora de origem humilde residente na zona leste da cidade de São Paulo, que como tantas outras, acredita que a “etiqueta” está associada a questões de classe social, tendo grandes vantagens:

> “O convívio social e relacionamento interpessoal me preocupa bastante. Porque às vezes você está numa festa a convite de uma pessoa que trabalha com você e aí é

> preciso saber ter um bom comportamento, uma boa conversa, se tornar uma pessoa extremamente agradável, uma pessoa receptiva".

Nesse caso, podemos apreender a representação das "boas maneiras" como um instrumento de inclusão em um círculo de pessoas - no caso os que detêm o conhecimento da etiqueta desde a infância- que são "muito agradáveis" e "refinados" e que têm o domínio pleno de seus comportamentos e do que se comunica corporalmente.

Emergem, em algumas entrevistas, representações associadas à "mobilidade social" e ao conhecimento da "etiqueta" enquanto uma maneira de, ao menos, camuflar a origem social.

O acompanhamento de alguns cursos de etiqueta oferecidos na cidade nos permitiu levantar alguns dos motivos que levam à procura deste tipo de informação, e um deles está associado à educação que se teve ou não, fato freqüentemente relacionado à oportunidade de "ascensão econômica e social".

Durante uma dessas interlocuções, uma freqüentadora de um curso nos afirmou que a mesa não é apenas o lugar de observar a si mesmo, mas aos circunstantes também. Há uma preocupação grande com o desempenho social. Uma mensagem é transmitida e pode ser uma confirmação de que se trata de uma pessoa "educada" ou "grosseira". Roseli, 38 anos, ex-secretária de um deputado estadual, explica como é, a seu ver, essa preocupação:

> "Quando eu me disponho a aprender algo e eu acho que nós todos somos assim, não é só para o ego da gente, é justamente para que eu possa mostrar para as pessoas que eu também sou capaz de aprender e fazer diferente. Eu acho que a gente é muito daquilo que a gente mostra. (...) Minha maior preocupação foi com o deputado com quem eu trabalhei porque ele vinha de uma família estabilizada social e economicamente e já sabia essas regras, já eu, estava aprendendo no dia a dia, tinha que correr atrás".

Percebe-se, então, que, apesar de a etiqueta estar sendo divulgada em meios que grande parcela da população tem oportunidade de conhecer, as justificativas de sua valorização na sociedade contemporânea continuam atreladas a condições de classe social e de formação familiar.

As classificações acerca dos comportamentos considerados "grosseiros" ou "educados" são associadas pelos próprios interessados nessa busca pelo "refinamento" a noções como "bom gosto" que segundo algumas análises estão intimamente ligadas à condição de classes sociais economicamente "consolidadas".

Por isso mesmo, o comportamento à mesa oferece o risco de desnudamento do ambiente doméstico, de desmascaramento da origem social e da própria educação recebida, como nos sintetizou Paula, 33 anos, comerciante, freqüentadora do curso Livio Callado em entrevista:

> "Eu poderia resumir a etiqueta como uma boa educação, só que essa boa educação não é qualquer pessoa que tem. Uma pessoa que convive com um padrão mais alto desde criança é muito mais fácil ela ter esse conhecimento, que não foi o meu caso. É como a gente estava falando, você não vai ensinar uma pessoa comer com três talheres se ela mal tem comida pra comer, cada classe social você tem um nível de educação, conforme você vai aumentando isso, esses padrões vão aumentando também".

As "boas maneiras", estão, assim, associadas a uma condição de classe social, à tradição familiar, mesmo que os meios de comunicação de massa tentem minimizar a idéia de "polidez" como prerrogativa exclusiva de camadas mais altas da população e procurem criar um código homogêneo que sirva a todos os públicos.

Em diálogo com a entrevistada Ana, 31anos, telefonista, freqüentadora do curso *SENAC*, esta atestou que depois que começou a freqüentar aulas de "boas maneiras" e aprendeu as formas e usos corretos de talheres, copos e pratos, ficou muito entusiasmada para colocar em prática em sua casa o que conhecera. Em uma noite de sábado, convidou um casal amigo de seu marido para saborear uma pizza e, depois de analisar a situação, concluiu que arrumar uma mesa com toda a "parafernália que está associada à etiqueta" traria desconforto e constrangimento àquelas pessoas que não estavam habituadas a tais "refinamentos", optando por um encontro mais descontraído em frente à televisão, como sempre faziam.

A partir dos depoimentos que obtivemos, fica evidenciado que a mudança de comportamentos e hábitos implica novas mensagens simbólicas que podem tanto unir quanto afastar os integrantes de um grupo. O consumo do bem simbólico "etiqueta" agrega "*status*" e "prestígio social" e mediante a leitura do comportamento, pode sugerir uma aproximação maior ou menor com um modo de vida "refinado".

Não podemos esquecer, no entanto, que a etiqueta constitui-se a partir de um campo de disputas simbólicas pautadas em elementos de distinção os quais podem ser percebidos na diferenciação entre consultores que "herdaram" e outros que "aprenderam" regras de etiqueta.

No contexto das sociedades complexas, no qual a desigualdade deixa suas marcas ainda acentuadas, os corpos e comportamentos passam a ser conformados e se espelhar

em códigos e valores de camadas dominantes da população. Nesse sentido, a etiqueta é um bom exemplo de um campo perpassado por conflitos simbólicos entre aqueles que se entendem como os "mais legítimos" detentores do poder de definição e categorização (no caso, a "etiqueta herdada") e os outros que aprenderam institucionalmente tais regras e lutam por uma posição a partir do domínio de uma "etiqueta adquirida".

Dessa forma, nos é importante a reflexão precursora do antropólogo Marcel Mauss sobre o adestramento dos corpos através de códigos que, conforme demonstrou, variam de sociedade para sociedade e atuam como passaporte para a inserção dos sujeitos no interior de grupos sociais. Sua reflexão sobre as "técnicas corporais", que nada mais são do que maneiras que os sujeitos, nas diferentes culturas, encontraram para servir-se de seus corpos emitindo mensagens, ensina que cada sociedade tem hábitos que lhe são próprios de maneira que a utilização do corpo, moldado pelas peculiaridades culturais, evidencia o quanto a "fabricação do indivíduo" está ligada ao dado da tradição. Isto quer dizer que os comportamentos não são simplesmente imitados, mas são gradativamente construídos por meio da educação e da transmissão oral que se inicia na infância.

Forma-se em sua visão, um "habitus", ou seja, um conjunto de comportamentos regulados pela educação, levando em conta a "conveniências" e o "prestígio" que é construído pelas "marcas ou sinais exteriores" que uma pessoa porta.

Similarmente, no campo da etiqueta, a diferenciação entre comportamentos mais ou menos "refinados" é norteada pela divisão entre aqueles que foram educados na etiqueta e aqueles que, só depois, descobriram sua importância em diversas esferas da vida social.

Estamos diante de dois sistemas de "refinamento" contraditórios: a "origem" e a "marca"[42]. Uma tendência valoriza sinais de distinção baseados na hereditariedade e valores aristocráticos, enquanto a outra se constrói via consumo, viabilizada pelos meios de comunicação de massa e pelos cursos. Ambas são pautadas em valores estéticos e morais, mas apenas esta última alternativa pode ser comprada como qualquer outro bem de consumo.

Em um país como o Brasil, no qual as fortes raízes escravocratas e outras fontes de desigualdade social são encobertas pelas formas eufemísticas e "cordiais" em que se

[42] NOGUEIRA, Oracy. Tanto preto quanto branco. São Paulo, Ed. T. A Queiroz, 1985.

fundamentam as relações raciais e sociais, as etiqueta de "marca" e de "origem" tornam-se componentes que, ora reafirmam um *status quo,* ora buscam superá-lo.

Do ponto de vista da pesquisa, podemos perceber que a busca do domínio desse código de comportamento é muitas vezes associada a uma tentativa de esconder as marcas de origem que não ajudam a estabelecer vínculos "positivos".

A valorização das regras do "bem comportar-se" e sua adoção na vida cotidiana sugerem adaptações no *ethos* brasileiro, ou seja, esse conjunto de regras provindas da Europa sofrem uma releitura em nosso contexto cultural, inclusive em razão de nossas formas de "cordialidade" nos relacionamentos interpessoais[43]. O uso do "jeitinho brasileiro" para amenizar situações e de expressões a exemplo do "você sabe com quem está falando?"[44] conferem um novo tom às regras de etiqueta importadas. Estes são dispositivos que trazem novos significados e interferem nesse universo da distinção ditado pela etiqueta. Se por um lado, poderiam até promover uma maior "mobilidade social" por parte de alguns grupos, ou então contribuir para a recuperação de sua "auto imagem", por outro lado estabelecem limites hierárquicos que são evidenciados por uma lógica conflitiva.

[43] HOLANDA, Sergio Buarque. *Raízes do Brasil*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.
[44] DA MATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis*. Rio de Janeiro, Rocco, 1997.

Considerações Finais

A etiqueta, como pudemos perceber, é uma noção polissêmica, elástica e, dessa forma, ela abarca vários usos e significados o que pudemos acompanhar na descrição dos variados meios de se entrar em contato com as regras ou aprender o "refinamento" dos comportamentos. Por meio dos programas de televisão, *sites* na Internet, revistas, livros e cursos destinados à divulgação do tema, pudemos perceber a transformação pela qual a noção "etiqueta" vem passando transformando-se em produto a ser consumido pela sociedade de massas.

A propagação da etiqueta pelos meios de comunicação de massa amplia a possibilidade de acesso a grande parte da população que não teria chances de fazê-lo pelos altos preços dos cursos. A assimilação da etiqueta pela indústria cultural está sendo responsável pelo movimento de desconstrução de idéias do senso comum como "a etiqueta é frescura" ou "domínio de camadas mais altas".

A etiqueta se tornou, por meio da intervenção midiática, mais próxima das camadas mais populares, tornando-se um bem de consumo simbólico a partir do qual emergem representações como "mobilidade social", "prestígio" e "sucesso pessoal e profissional", como também formas de se viver com mais "qualidade de vida" e "orgulho pessoal".

Podemos dizer que, ao mesmo tempo em que a mídia enfraquece a compreensão da "etiqueta" como prática cultural associada exclusivamente às camadas superiores da população ou sob domínio de poucos, ela cria uma nova concepção da etiqueta como sendo um produto ao qual muitos podem ter acesso. Acontecem, então, a "venda" e a 'compra", nesse mercado de consumo de bens simbólicos, de representações como o "chic", o "elegante", o "promissor" ou "bem sucedido".

Ter "boas maneiras" e comportamentos "refinados" significaria se aproximar de um modo de vida considerado "fino", de "bom gosto" e, dessa forma, ter acesso a um bem simbólico como a etiqueta ajudaria a obter mais "sucesso na vida", "conseguir uma inserção pessoal e profissional melhor", "ter mais segurança nos comportamentos públicos" ou mesmo "proporcionar momentos agradáveis a amigos e familiares".

É necessário destacar que os comportamentos que temos no convívio social e que são considerados "naturais" são representações culturais.

Dessa forma, o controle dos hábitos e impulsos visando comunicar uma mensagem "positiva" é usado como sinal de distinção, ou seja, como maneira de

conquistar ou manter um lugar social vantajoso. Sabendo da importância da etiqueta na sociedade contemporânea, os “etiquetados”, utilizam seus corpos como “cartão de visitas”, já que é através dele que se pode notar o domínio de todo um conjunto de comportamentos “refinados”, seja em casa, no trabalho ou numa reunião de amigos.

Dissemos que a etiqueta é uma noção polissêmica, logo as preocupações com a “limpeza”, a “sujeira”, os “odores”, a “vergonha” e a “gentileza” não são acionados apenas por razões utilitárias destinadas ao “sucesso” na vida profissional, mas também no âmbito doméstico. Disciplinar os comportamentos em prol do “refinamento” denota o respeito por valores e códigos morais de um determinado grupo social que tem no “bem comportar-se” um modo de vida, uma maneira de projetar uma auto-imagem mais positivada.

O empenho em disciplinar ou moldar os comportamentos de acordo com o que se descobriu ser uma conduta reconhecida e bem vista pela sociedade contemporânea está baseado no reconhecimento de sinais distintivos e ritos de “evitamento”, bem como nas posturas adotadas para resguardar a intimidade. O corpo e os comportamentos passam a ser uma metáfora da sociedade e dos valores vigentes.

Mas se, como dissemos anteriormente, os meios de comunicação investem na minimização da noção de etiqueta como domínio de “ricos” e de “poucos”, fazendo das inserções, principalmente, televisivas, uma possibilidade de aproximar a etiqueta da maioria da população, tornando-a um produto como muitos outros que são consumidos sob a promessa da “transformação dos corpos e das vidas das pessoas”, o “bom gosto” permanece, ainda, reconhecido como privilégio das classes dominantes que constroem e moldam os comportamentos dos membros da família desde a infância, por meio da tradição oral e do exemplo.

Nesse momento, há uma certa cisão entre os consultores em dois grupos: o primeiro que se entende como detentor de uma “etiqueta herdada” baseada em uma compreensão de aprendizagem de “berço”, “aristocrática” ou de “origem” e o segundo que é visto pelo outro grupo como aquele que tem uma “etiqueta adquirida”, “aprendida em escolas” ou de “marca”, o que produz uma certa interferência na escolha dos alunos pelos cursos, já que o que é divulgado na mídia ajuda a construir um imaginário sobre a “etiqueta”.

Nesse sentido, embora a etiqueta compreende alguns significados, entre eles o de um conjunto de regras que pode tornar a convivência social mais agradável, pautada em noções como “respeito” e “gentileza”, relações conflitivas emergem no momento em

que um grupo de consultores se vê como detentor de uma etiqueta mais legítima e outro que se sente ameaçado. No limite, temos, em escala microscópica, uma metáfora dos processos de desigualdade que envolvem a sociedade brasileira.

A etiqueta, em suma, pode ser um exemplo do consumo de um tipo específico de bem simbólico que é visto pelos consumidores como tendo a capacidade de possibilitar-lhes a movimentação por espaços sociais diferenciados.

Mais que ser vistos, os novos "etiquetados" buscam vigiar, no sentido de observar o comportamento de quem julgam "refinados" a fim de poderem positivar sua própria imagem, minimizando marcas de origem que não sejam condizentes com o que acreditam que componha a etiqueta ou mesmo tornar "agradável" um momento com familiares e amigos.

Por fim, destacamos que, este trabalho adotou algumas linhas de compreensão, buscando alguns dos muitos significados envolvidos na busca pelo "refinamento" e, dessa forma, esperamos que as interrogações deixadas em aberto ou suscitadas aqui possam dar início a novas análises, considerando que a produção bibliográfica sobre o tema é ainda incipiente.

BIBLIOGRAFIA

1. Livros de referência

ABRÃO, Bernadete Siqueira (org.). *História da filosofia*. São Paulo, Abril Cultural, 1999.

AMARAL, Rita de Cássia de Mello Peixoto. *Povo de santo, povo de festa: estudo antropológico do estilo de vida dos adeptos do candomblé paulista.* São Paulo, FFLCH/USP, 1992. Dissertação de Mestrado (mimeo).

BELZANNE, Martine Lucchesi. "Um vazio essencial" In: DHOQUOIS, Regine. *A polidez*. Porto Alegre, L&PM, 1993.

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.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: morar, cozinhar*. Rio de Janeiro, Vozes, 1996.

CHARTIER, Roger. "Prefácio" In: ELIAS, Norbert. *A sociedade de corte*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 2001.

CUNHA, Kathia Castilho. *Configurações de uma plástica: do corpo à moda*. São Paulo, PUC-SP, 1998. Dissertação de Mestrado (mimeo.).

CUNHA, Manuela Carneiro da. *Antropologia do Brasil: mito, história, etnicidade*. São Paulo, Brasiliense, 1986.

DA MATTA, Roberto. *A casa & a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil*. Rio de Janeiro, Ed. Guanabara Koogan, 1991.

.....*Carnavais, malandros e heróis*. Rio de Janeiro, Rocco, 1997.

DEL PRIORE, Mary. "Ritos da vida privada". In: *História da vida privada no Brasil*. (Organização: Laura de Mello e Souza.) São Paulo, Cia. das Letras, 1997,vol.1.

D'INCAO, Maria Ângela. "Mulher e família burguesa" In: Del Priore, M. *História das mulheres no Brasil.* São Paulo, Contexto/Unesp. 1997.

DOUGLAS, Mary. *Pureza e perigo*. São Paulo, Ed. Perspectiva, 1976.

ECO, Umberto. *Psicologia do vestir*. Lisboa, Assirio & Alvim, 1982.

ELIAS, Norbert. *O processo civilizador – Uma história dos costumes*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 1983.

..... *A sociedade de corte*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed. 2001.

EMBACHER, Airton Francisco. *Moda e identidade: a importância do vestuário do ponto de vista psicológico no processo de desenvolvimento da identidade de jovens de nível socioeconômico A do sexo feminino.* São Paulo, PUC-SP, 1996. Dissertação de Mestrado (mimeo.).

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

FLANDRIN, Jean-Louis. "A distinção pelo gosto" In: *História da vida privada: da renascença ao século das luzes.* São Paulo, Companhia das Letras, 1994

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir*. Petrópolis, Vozes, 1987.

FREIRE, Gilberto. *Modos de homem e modas de mulher*. Rio de Janeiro, Record, 1987.

GARAVELLO, Maria Elisa de Paula Eduardo. *Costura social do vestuário: da teoria à prática*. São Paulo, FFLCH/USP, 1991. Tese de Doutoramento (mimeo.).

GEERTZ, Clifford. *Interpretação das culturas*. Rio de Janeiro, Ed. Guanabara Koogan, 1989.

.....*O saber local*. Rio de Janeiro. Vozes, 1997.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis, Vozes, 1995.

HOLANDA, Sérgio Buarque. *Raízes do Brasil*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.

HUNTER, David E. Enciclopedia de Antropología. Barcelona, Harper & Row, 1976.

LAVER, James. *A roupa e a moda: uma história concisa*. São Paulo, Companhia. das Letras, 1990.

LEACH, E. *Cultura e comunicação.* Rio de Janeiro, Zahar, 1978.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mitológicas III – El origen de las maneras de mesa*. México, Veintiuno Editores, 1970.

LUCCOCK, John. *Notas sobre o Rio de Janeiro e partes meridionais do Brasil durante uma estada de dez anos (1808–1818)*. São Paulo, Martins Fontes, 1951.

MAFFESOLI, Michel. "Mesa, espaço de comunicação" In: DIAS, Cecília Maria de Morais (org.) *Hospitalidade: reflexões e perspectivas*. São Paulo, Editora Manole, 2002.

MAGNANI, José Guilherme C. "O [velho e bom] caderno de campo" In: *Sexta Feira* n.1, SP. 1997

.....*Mystica Urbe: um estudo antropológico sobre o circuito neo-esotérico na metrópole*. São Paulo, Nobel, 1999.

..... – “Transformações na cultura urbana das grandes metrópoles” In: MOREIRA, Alberto da Silva (org.) *Sociedade Global Cultura e Religião.* Petrópolis, Vozes, 1998

MAGNANI, J. e TORRES, L. - *Na Metrópole.* São Paulo, Edusp/Fapesp, 1996

MARTINS, José de Souza (org.).*Vergonha e decoro na vida cotidiana da metrópole*. São Paulo, Hucitec, 1999.

MAUSS, Marcel. “As técnicas corporais”. In: MAUSS, Marcel. *O ensaio sobre a dádiva.* São Paulo, Ed. Universidade de São Paulo, 1974.

MELLO E SOUZA, Gilda de. *O espírito das roupas: a moda no século XIX*. São Paulo, Companhia. das Letras, 1987.

MUNIZ, Diva do Couto Gontijo. *O percurso das maneiras: do lar para a escola e da escola para o lar*. São Paulo, FFLCH/USP, 1997. Tese de Doutoramento (mimeo)

NOGUEIRA, Oracy. *Tanto preto quanto branco*. São Paulo, T. A Queiroz, 1985.

PARKER, Richard. *Corpos, prazeres e paixões: a cultura sexual no Brasil contemporâneo.* São Paulo, Best Seller, 1991.

REVEL, Jacques. “Os usos da civilidade” In: *História da vida privada: da renascença ao século das luzes.* São Paulo, Companhia das Letras,1994

RIGAMONTE, Rosani C. *Sertanejos contemporâneos: entre a metrópole e o sertão*. São Paulo, Humanitas, 2001.

RIGAU, Eric Mension. “A distinção nas elites” In: DHOQUOIS, Regine. *A polidez*. Porto Alegre, L&PM, 1993.

RIBEIRO, Renato Janine. *A etiqueta no antigo regime*. São Paulo, Ed. Moderna, 1998.

RIVIERE, Claude. *Os ritos profanos.* Rio de Janeiro. Vozes, 1996.

RODRIGUES, José Carlos. *O tabu do corpo.* Rio de Janeiro, Ed. Universidade, 1975.

ROQUETTE, J. I. *Código do bom-tom ou regras de civilidade e de bem viver no século XIX*. São Paulo, Companhia. das Letras, 1997. (Organização Lilia Moritz Schwarcz)

SAHLINS, Marshall. “La pensée bourgeoise” In: SAHLINS, Marshall. *Cultura e razão prática*. Rio de Janeiro, Zahar, 1979.

SCHWARCZ, Lilia K. *As barbas do imperador: D. Pedro II, um monarca nos trópicos*. São Paulo, Companhia das Letras, 1999.

SILVA, Vagner Gonçalves da. *O antropólogo e sua magia*. São Paulo, Edusp, 2000.

SPONVILLE, André Comte. “A pequena virtude” In: DHOQUOIS, Regine. *A polidez*. Porto Alegre, L&PM, 1993.

TOLEDO, Luiz Henrique. *Torcidas organizadas de futebol*. São Paulo, ANPOCS, 1996.

VALERI, Renée. “ Alimentação” In: Enciclopedia Einaudi, Imprensa Nacional, v.16, 1989.

VILLAÇA, Nízia & GÓES, Fred. *Em nome do corpo*. Rio de Janeiro, Rocco, 1998.

VISSER, Margaret. *O ritual do jantar.* Rio de Janeiro. Campus. 1998.

ZAIDMAN, Claude. “Maneiras à mesa” In: DHOQUOIS, Regine. *A polidez*, Porto Alegre, L&PM, 1993.

2. Livros/artigos de divulgação da etiqueta

BRENNAN, Lynne. *Etiqueta no mundo dos negócios.* São Paulo, Siciliano, 1994.

CALLADO, Livio. *Relacionamentos interpessoais: marketing interior*. São Paulo, Madras, 2002.

COLOMBINE, Letícia. “Etiqueta no trabalho”. In: Revista *Você S.A* . São Paulo, Editora Abril, Ano 5, nº. 43, jan.2002.

DELLA CASA, Giovanni. *Galateo ou dos costumes*. São Paulo, Martins Fontes, 1999.

FALCÃO, Maria F. da Câmara. *A mesa: arranjo e etiqueta.* São Paulo, Escrituras Editora, 1997.

GAMBIRASIO, Stefania(ed.) *Etiqueta:dicas para todas as ocasiões*. São Paulo, Nova Cultural, 1995.

KRELL, Olga. *Saber receber: um guia completo de etiqueta à mesa.* São Paulo, Best Seller, 1994.

LEÃO, Danuza. *Na sala com Danuza.* São Paulo, Siciliano, 1992.

MATARAZZO, Claudia. *Etiqueta sem frescura.* São Paulo, Melhoramentos, 1995.

_____ *Gafe não é pecado.* São Paulo, Melhoramentos, 1996.

_____ “As boas maneiras facilitam a boa comunicação”. In: Revista *Você S.A.* São Paulo, Editora Abril, Ano 1, nº 7, jan.1999.

_____ “Entre na linha ao falar no telefone”. In: Revista *Você S.A.* São Paulo, Editora Abril, Ano 1, nº 8, fev. 1999.

RIBEIRO, Célia. *Boas maneiras & sucesso nos negócios: um guia prático de etiqueta para executivos.* Porto Alegre, L&PM, 1996.

ROTTERDAM, Erasmo. *A civilidade pueril*. Encarte Especial. Revista Intermeio. Campo Grande, Ed. UFMS, 1995.

TUCKERMAN, Nancy. *Livro completo de etiqueta Amy Vanderbilt*. São Paulo, Nova Fronteira, 2000.

VANUCCHI,Camilo. "Boas e urgentes maneiras" In: Revista Isto É. São Paulo, Ed. Três, n°. 1760, jun. 2003.

YUFON, Christine. *Toda mulher pode ser bonita: guia de valorização pessoal*. SãoPaulo, Editora Gente, 1998.

3- Sites consultados

www.uol.com.br/ claudiamatarazzo

www.etiquetasocial.com.br

http://br.geocities.com/modosemaneiras/etiqueta

www.mariopersona.com.br

www.carvalhoneto.com.br

www.willyvirtual.com.br/etiqueta

http://geocities.com/cobra_pages

www.glamuuu.hpg.ig.com.br/etiqueta

http://br.geocities.com/vivianakatz

www.christineyufon.com.br

www.manuais.com.br

www.janlu.cjb.net

http://geocities.com/fashion

www.geocities.com/capitollhill

www.cursodeetiqueta.eti.br-

www.geocities.com/WallStreet/bureau/8744/cursos.htm

www.etiquetacelialeao.com.br

www.wmulher.com.br/etiqueta

www.viamoda.com.br

www.mulherbrasileira.com.br

www.obasico.com.br

www.porta.com.br/educacao

www.netmakers.com.br/casamento/etiqueta.htm

www.iboa.com.br/mulher

www.truquesdemulher.na-web.net

www.vaicasar.com.br
www.universo4x4.com
www.tudoparasuafesta.com.br
www.mulherde30.com.br
www.elinda.com.br
www.hangmodels.hpg.ig.com.br
www.viamundi.com.br
www.ig.com.br/paginas/secretarias
www.paralela.com.br
www.obsidiana.com.br
www.guiadenoivos.com.br
www.toquefeminino.com.br
www.tudook.com.br
www.espacomulher.com.br
www.arrozcristal.com.br
www.guloseimas.com.br
www.casaprimavera.com.br/dicasetiqueta.htm
www.charuto.com.br
www.experta.com.br/nos/mulheres_expertas
www.originet.com.br/aydhan/dicas
http://twist.com.br
www.mkcwb.hpg.ig.com.br/etiqueta.htm
www.etiquetasocialbasica.hpg.ig.com.br
www.marketingpessoal.com.br
http://hp.vento.com.br/~mmjunior
www.terravista.pt/copacabana
www.casecomunicacao.com.br
www.precisa-se.com.br
www.vendamais.com.br
www.guiarh.com.br
www.empregada.com.br
www.manager.com.br
www.economist.na-web.net
www.adminstrador.f2s.com
www.aberje.com.br
www.treinamento.adm.br
www.wda.com.br/cozinha--

www.artecozinha.com.br
www.butterfry.com.br
www.basilico.com.br
www.evolui.com/cursos
www.intertraining.com.br
www.estudegratis.com.br
www.fenassec.com.br
www.guialorena.com.br
www.smartcenter.com.br/cursos.htm
www.sp.senac.br
www.uol.com.br/aulasecursos
www.sp.senac.br
www.espade.com.br
www.empresario.com.br/anuncio
www.cidamed.com.br
www.arno.com.br
www.estado.estadao.com.br/agenda
www.centraldecursos.com.br
www.vcmcons.com.br/cursos
www.africanet.com.br/socila
www.geocities.com/etiquetaempresarial
www.cead.hpg.ig.com.br
www.cieerj.org.br
www.nafe.com.br
www.chegai.com
www.opopular.com.br/servicos
www.giceci.com.br
www.cadp.com.br
www.infonet.com.br/cac
www.pi.senac.br
www.zaz.com.br/cidades/bel/programacao/curso
www.socipar.com.br
www.catalogada_internet.com.br
www.sc.senac.br
www.latinevent.com.br
www.jurua.com.br
www.unimidia.com.br/cursos

www.starflightnet.com.br
www.flighttraining.com.br/cursos
www.academiadoar.com.br
www.ceabbrasil.com.br
www.usc.br/turismo/jornada.htm
www.una.br/cursos
www.univates.br
www.unisa.br
www.cefan.com.br
www.cursos.furb.br/ccsa/turismo
www.colegioglobal.com.br
www.facdacidade.br
www.uol.com.br/etiquetesima
www.estado.com.br/suplementos
www.globo.com/marieclaire
www.an.com.br
www.proximaviagem.com.br
www.dpnet.br
www2.uol.com.br/jc
www.claudia.com.br
www2.uol.com.br/elle
www.revistaeducacao.com.br
http:/intermundi.com.br/Claudia
www.diariodocomercio.com.br
www.jhoje.com.br
www.uol.com.br/correiodabarra
www.noolhar.com/opovo/delas
www.cf9.uol.com.br/jornaldacomunidade