

Alessandra Impaléa

**DISTINÇÃO À BEIRA-MAR:
O trabalho dos garçons em Jurerê Internacional**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do Grau de Mestre em Sociologia Política.
Orientador: Prof. Dr. Jacques Mick

Florianópolis
2013

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Impaléa, Alessandra.

Distinção à beira-mar: O trabalho dos garçons em Jurerê Internacional (dissertação). Alessandra Impaléa; orientador Jacques Mick.

Florianópolis, Santa Catarina, 2013.

189 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política.

Inclui referências.

1. Sociologia Política. 2. Distinção. 3. Trabalho. 4. Classes sociais. 5. Jurerê Internacional. I. Mick, Jacques. II. Universidade Federal de Santa Catarina. III. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política. IV. Título.

Alessandra Impaléa

**DISTINÇÃO À BEIRA-MAR:
O trabalho dos garçons em Jurerê Internacional**

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de “Mestre”, e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política

Florianópolis, 06 de Agosto de 2013.

Prof. Ricardo Gaspar Müller, Dr.
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Jacques Mick
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.^a Dr.^a Diana Brown
Bard College, New York

Prof.^a Dr.^a Maria Soledad Etcheverry Orchard
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.^a Dr.^a Márcia Grisotti
Universidade Federal de Santa Catarina

Este trabalho é dedicado aos meus
incríveis professores, ao meu amado
esposo Gilberto, aos nossos amados
filhos Maria Victória e Victor
Bernardo, e aos meus queridos Pais.

AGRADECIMENTOS

Preciso agradecer por toda a paciência, pelo respeito e pela dedicação contínuos com os quais o meu orientador, senhor Dr. Jacques Mick, me dirigiu, auxiliou, ensinou e incentivou nesta jornada de tanto aprendizado científico teórico e prático.

Agradeço também a cada professor que tive a honra de conhecer e de aprender em meu curso de Mestrado em Sociologia Política da UFSC, assim como agradecer a cada colega de classe que me inspirou e estimulou nos caminhos difíceis do conhecimento.

Contudo, agradeço profunda e eternamente aos meus filhos Maria Victória e Victor Bernardo e ao meu esposo Gilberto, que tanta paz, amor, alegria, força e inspiração me dedicam e me dão todos os dias de nossas vidas.

E se tudo for uma ilusão e nada existir?
Nesse caso, não há dúvida de que paguei demais
por aquele tapete novo.

(Woody Allen)

RESUMO

Esta pesquisa pretende investigar as relações socioprofissionais dos garçons que trabalham em beach clubs de Jurerê Internacional, na ilha de Florianópolis, Santa Catarina. Tais relações, predispostas em dicotomias (garçom e clientes, trabalhador servil e patronato, ricos e pobres) demandam a produção de subjetividades, sentimentos e motivações, como também normatizações e valorações que entram em um jogo, quando agenciadas na interação com os clientes - e com os capitais e poderes que deles emanam -, promovendo a reprodução de um habitus. Os clientes, constituídos pela classe A - elite econômica consumidora de bens, serviços e produtos ofertados no empreendimento turístico de Jurerê Internacional -, são observados aqui a partir do olhar do garçom, a fim de compreender como o garçom vê o seu rico cliente, como se vê aos olhos do rico cliente, e como se sente nesta profissão. A pesquisa recorre a conceitos e perspectivas de análise fundados por Pierre Bourdieu e por Norbert Elias.

Palavras-chave: distinção; habitus; trabalho; garçom; Jurerê Internacional

ABSTRACT

This research aims to investigate the socio-professional relationships of waiters who work in Jurerê Internacional beach clubs on the island of Florianópolis, Santa Catarina. Such relationships, in predisposed dichotomies (waiter and customer, employee and servile employers, rich and poor), require the production of subjectivity, feelings and motivations, as well as norms and valuations. The waiter-client interaction - and the capitals and powers arising therefrom – promotes the reproduction of an habitus. Customers from the “A” class - economic elite consumer of goods, services and products offered in the tourist resort of Jurere - are seen here from the waiters’ perspectives, in order to understand how the workers see rich clients, how see themselves in the eyes of rich clients, and how they feel in this profession. The research studies concepts and analytical perspectives founded by Pierre Bourdieu and Norbert Elias.

Keywords: distinction; habitus; work; waiter; Jurerê Internacional

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Características dos entrevistados quanto a gênero, idade e etnia.....	44
Quadro 2 – Síntese biográfica dos garçons de Jurerê Internacional entrevistados em ordem alfabética.....	44
Quadro 3 – Garçons de Jurerê Internacional entrevistados em associação com os beach clubs em que trabalham.....	47

LISTA DE SIGLAS

ABEP – Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa.

CLT – Consolidação das Leis do Trabalho.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial.

SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial.

SHRBS – Sindicatos de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO 1 - JURERÊ INTERNACIONAL SOB O OLHAR DA PESQUISA	13
1.1 A retomada econômica na era pós-real: a reconfiguração social no Brasil depois do governo de Fernando Henrique Cardoso.....	13
1.2 Bourdieu, Elias e a legitimidade da distinção em Jurerê Internacional.....	20
1.3 Jurerê Internacional e seus garçons.....	25
CAPÍTULO 2 - DO MÉTODO: DIFICULDADES E CARACTERÍSTICAS DO TRABALHO DE CAMPO.....	37
2.1 Subjetividade do espaço, paradoxos do abandono.....	38
2.2 Coerção: a antiga tática de um poder renovado, em todas as hierarquias.....	40
2.3 Sob os véus da distinção: os entrevistados estelares e as preciosas pedras que fundam a distinção à beira-mar.....	41
2.4 Conjunto de elementos de análise da distinção.....	47
CAPÍTULO 3 - O CONTEXTO E AS DISPOSIÇÕES DO CAMPO.....	49
O trabalho servil em Jurerê Internacional contemporâneo e seus pontos de familiaridade e de estranhamento	
3.1 Paradoxos do campo: resquícios do feudalismo	58
3.2 Os dois mundos, a estrutura sitiada e o feitiço contra o feitiçeiro: questões sobre o habitus	63
3.3 O campo, a cultura e o mercado dos bens simbólicos	73
3.4 A <i>racionalidade de corte</i> e a ponte entre mundos	86
CAPÍTULO 4 - O REI E EU.....	90
As percepções sobre os ricos e a metáfora do neofeudalismo	
4.1 “As aparências enganam?”	95
4.2 A soberba e a vaidade como fundamentos da legitimação da desigualdade	98
4.3 Um céu para os leões	101
4.4 Os sapos de helicópteros: príncipes metrosssexuais do séc. XXI	103
4.5 As valsas de fins dos tempos	114
Capítulo 5 - EU E O REINO.....	117
Percepções sobre as relações produzidas pelo trabalho	
5.1 – Gorjeta - identidade profissional ou poder simbólico convertido em poder econômico	118
5.2 - Marcas do midiático.....	127
5.3 - Os “troféus”: projeções de poder simbólico, o individualismo ético e a produção da inversão moral.....	137
CAPÍTULO 6 - AS TRÊS HIPÓTESES.....	146
6.1 A MacDonaltização da distinção e o teocentrismo deslocado: uma imbricagem de almas no chão da fábrica à beira mar.....	149

6.2 A traição das tradições e a ponta do iceberg	161
6.3 Desejo X Invisibilidade: no simulacro dos gênios, a dissimulação dos <i>rentiers</i>	167
CONCLUSÃO.....	176
REFERÊNCIAS.....	180
APÊNDICE.....	187

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa parte da premissa empírica de que, nos últimos anos, tem se transformado o mundo de gostos, preferências e excentricidades produzido pelo elevadíssimo poder de consumo dos novos ricos (aqui identificados como a classe econômico-social A), em convivência ambígua com o mundo do trabalho composto pelos agentes da classe C (aqueles que servem aos ricos, eles próprios com gostos em transformação).¹ Pretendo refletir sobre as estratégias de distinção social que envolvem os tipos de gosto e preferências de consumo da classe A e os da classe C (trabalhadores que servem os ricos), a partir de entrevistas com os garçons dos *beach clubs* de Jurerê Internacional.²

Neste momento, delimitam-se os grupos sociais que esta pesquisa irá investigar: as duas classes econômico-sociais – A e C – que obviamente produzem específicos e peculiares estilos de vida, condutas e ambições normativas e valorativas que se refletem em suas preferências características, mas cuja distinção irá surgir na disposição das estruturas dos variados tipos de capital. A classe A se constitui de agentes dotados de elevado grande capital econômico, que vivem sob acumulação, atividade e altíssimas despesas financeiras destinadas em grande parte à quitação das preferências materiais correspondentes aos seus modos de vida e relativas à diversão e ao entretenimento – com receitas anuais que variam dos milhões aos bilhões de reais. À mesma categoria, insinua-se e mistura-se a fração da classe média-alta (classe B) composta de agentes de menor capacidade financeira, mas cujos capitais social e simbólico lhes possibilitam ocupações proeminentes de espaços pretensamente privilegiados e de estrutura socioeconômica aparentemente similar.

Para alguns indivíduos nesses dois agrupamentos, os valores em dinheiro, da perspectiva do senso comum, são visualizados e manipulados sem quaisquer sinais de dúvidas, tensões ou preocupações: o gasto excessivo exteriorizaria o poder de um estilo de vida em que o

¹ O objeto que inspira o problema desta pesquisa nasceu de dúvida compartilhada em atividade pedagógica do professor Jacques Mick, do PPGSP da Universidade Federal de Santa Catarina, durante a 6ª aula de sua disciplina optativa “Mídia e Teoria Social Contemporânea”, no segundo semestre de 2011.

² Empreendimento imobiliário e complexo residencial no norte da Ilha de Florianópolis, capital do Estado de Santa Catarina

dinheiro não se constitui como matéria que detém o sentido normativo especificamente útil, indispensável e valioso, mas adquire a conotação de “coisa” a ser usada em abundância.

O mundo dos muito ricos pode parecer estranho ou bizarro, mas está incorporado à identidade midiática como uma espécie de *freakshow* diário: assim, a mídia, especialmente a televisão, estabelece certos “níveis de aproximação” desses dois mundos (classe A e classe C), seja através de programas jornalísticos ou de entretenimento, reality-shows ou campanhas publicitárias. Ao menos nestas esferas, são visíveis os espelhos que refletem mundos diferentes, requintados e desejados, bem como são visíveis em suas estruturas a proposta e a execução da invenção da necessidade de desejos de algum tipo de aspiração material, econômica ou social. Em comum com atores/personas fictícias ou simbolicamente interpretadas, coexiste uma disputa social, uma busca individualista, a personificação de uma perfeição seguramente questionável.

Quais seriam, no sul do Brasil, na praia de Jurerê Internacional, especificamente no complexo dos *Beach clubs* de restaurantes e bares à beira-mar (a saber, Café de La Musique, Donna Jurerê Internacional, Parador 12, Simple On The Beach e Taikô), as percepções sobre o uso do dinheiro pelos ricos e novos ricos? Como se apresentam, sobre tais temas, as percepções dos agentes da classe C que servem aos gostos e preferências da classe A? E como percebem o seu próprio trabalho?

Bourdieu, ao investigar o *habitus*, os espaços, estilos de vida e o gosto, consegue visualizar o estranhamento entre as classes a partir da própria estrutura social que produz as distinções de gosto:

Assim, o gosto é o operador prático da transmutação das coisas em sinais distintos e distintivos, das distribuições contínuas em oposições descontínuas; ele faz com que as diferenças escritas na ordem física dos corpos tenham acesso à ordem simbólica das distinções significantes.

(...) Este sistema de classificação que é o produto da incorporação da estrutura do espaço social tal como ela se impõe através da experiência de uma determinada posição neste espaço (...); ele opera continuamente a transfiguração das necessidades em estratégias, das obrigações em preferências, e engendra, fora de qualquer determinação mecânica, o conjunto das “escolhas” constitutivas de estilos de vida classificados e

classificantes que adquirem seu sentido – ou seja, seu valor –, a partir de sua posição em um sistema de oposições e de correlações (Bourdieu, 2008, p. 166).

A pesquisa visitou, observou, acompanhou e entrevistou os trabalhadores – a mão de obra composta por grupos de garçons contratados para atuar na praia de Jurerê Internacional. As perguntas inerentes à pesquisa apresentaram-se para compreender:

- a) como os garçons são tratados na maior parte das horas em que realizam seu trabalho efetivo e diário (ou de quem modo os ricos se relacionam com eles durante a ação de servi-los e atendê-los?);
- b) como os garçons veem a si mesmos, em suas práticas diárias de trabalho?;
- c) o fato de trabalhar para a classe A afeta de que modo o gosto do garçom?

Tal produção de serviços nesta região é popularmente conhecida por receber, produzir e servir exclusivamente aos interesses do público de consumidores brasileiros e estrangeiros de alto poder de consumo, o que os distingue das demais regiões da Ilha de Santa Catarina. Há a busca pela identificação e demarcação do tipo de *habitus* (gosto, preferências, espaços e estilos de vida) cultivado pelo poder de consumo desses grupos econômicos.

Mauro Araújo de Souza, na introdução da obra de Nietzsche, ao refletir sobre o perspectivismo, destaca a ação da moral sobre os espaços sociais e a ação da moral nos campos de disputa de classes. Nietzsche é evocado neste contexto para desenvolvermos a ideia do trabalho servil, aqui delimitado no universo do trabalho dos garçons na praia de Jurerê Internacional, mas a fim de especificamente revisitarmos as origens desta classe trabalhadora e compreendermos de início suas funções e sua clientela:

Como se faz a moral dos nobres? Não é uma coletividade, porque um senhor não se faz escravo e, se realmente é senhor, não vive em função do grupo. Nietzsche considera duas morais: a dos nobres ou senhores e a dos escravos. (...) Entenda-se bem: o nobre não precisa de parâmetro entre os homens, pois a vida lhe é referencial, e se ele sente-se como vida, até porque vive, só pode fazer-se

sentido para outros homens que assim não o fazem, já que o sentido da vida é ela própria. Os que não compreendem isso acabam arcando com a própria dominação da existência em si. (Souza in NIETZSCHE, 2008, pp. 23)

Habitariam neste contexto de trabalho servil resquícios da ofuscada relação do trabalho escravo, fundamentando assim a necessidade desta investigação a partir da perspectiva **daqueles que servem**? Como se encontra reconfigurada a pirâmide social brasileira no período Pós-Real? Quais os fatores que precedem e legitimam o gasto excessivo dos novos ricos e seu alto poder de consumo desgovernado?

Para buscar respostas, nossa dissertação se estrutura em seis capítulos inter-relacionados. O primeiro capítulo revisita determinadas causas e consequências do contexto produzido pela retomada econômica brasileira no período pós-Real, e a partir daí como se reconfigurou a composição da classe A, com a inclusão de novos ricos, e a ascensão do poder de consumo das classes B e C; também busca refletir sobre os elementos que legitimam a distinção social nas perspectivas de Pierre Bourdieu e Norbert Elias.

No segundo capítulo, estão dispostos registros metodológicos, de percepções sobre a pesquisa exploratória e a de campo, que reúnem dados empíricos junto a abstrações sobre o campo de pesquisa e os agentes sociais envolvidos (os habitantes, clientes e trabalhadores do território jurereriano). Neste capítulo, estão identificados os elementos de análise da distinção, que irão compor a cadeia temática e analítica crítica da pesquisa, combinando dados empíricos e teóricos.

No terceiro capítulo, temos a descrição do contexto e das disposições do campo de trabalho dos *beach clubs* jurererianos, que integra elementos como tipos de trabalho e de contrato, jornadas e disposições salariais. Neste capítulo, identificamos o fenômeno que designamos com a metáfora *neofeudalismo*, fundado pela reprodução hierárquica tradicional e teleológica (própria da função do trabalho servil), que estabeleceria no espaço socioeconômico ocidental o ofício do garçom, de destaque desde a vida da sociedade de corte (metáfora que desenvolvemos gradualmente na dissertação). Ainda no terceiro capítulo, abordamos questões empíricas, com destaque maior às subjetividades dos garçons, como os paradoxos subjacentes ao campo de trabalho, as questões que apontam para a construção de um *habitus* peculiar e substancial, mas pacífico de conflitos, entre tradições culturais (como o conflito entre a tradição de trabalho pré-capitalista e a tradição do trabalho moderno capitalista) – *habitus* forjado

pelas condições de trabalho local e sob as relações dialéticas entre a cultura e o mercado dos bens simbólicos e dos bens culturais.

O quarto e o quinto capítulos conjugam, com amostras de entrevistas selecionadas, os recortes de casos específicos acompanhados de análises que operam de modo relacional e crítico no intuito de conciliar o conhecimento adquirido em campo com as concepções, perspectivas analíticas e conceitos apreendidos com Elias e Bourdieu. Os temas visam sintetizar o foco de cada abordagem teórica que, por sua vez, atravessam as questões do *neofeudalismo*, do agenciamento peculiar e da influência das mídias locais, e as racionalidades observadas em campo (racionalidades de corte e racionalidade econômica). Na mesma linha de construção analítica baseada nos recortes das entrevistas, o capítulo quinto propõe o debate sobre os sentidos e significados relativos às *compensações*, objeto de uma tradição relativa ao trabalho do garçom, como a *gorjeta*, as *marcas do midiático*, e os *troféus*.

No sexto capítulo, temos a formulação de três hipóteses que surgiram do campo, em que cada uma aponta para causas e consequências de fenômenos aparentemente distintos, mas conjurados pelos agentes trabalhadores. Entre estes fenômenos contraditórios, estão a massificação da distinção, o choque entre duas tradições (a econômica e a cultural), e as racionalidades forjadas pelos agentes em suas relações práticas de interesses com os clientes.

Poucas investigações e publicações, de fato, nos conduzem a uma compreensão sobre a recepção dos modos de vida e de consumo dos ricos partindo do olhar da classe C, aqui composta por agentes trabalhadores - os garçons. Muitas obras sociológicas e historiográficas relatam, a partir de investigações sobre a conformação das sociedades dominantes e das elites, as características peculiares e próprias das sociedades da corte; exploram também temas como preferências, gostos e distinção social. Autores como Norbert Elias, Pierre Bourdieu e Edward Thompson são legítimos ícones, pois suas obras não só investigaram, mas problematizaram de modo complexo e sistemático estas relações de classe e de poder na esfera social e desta para o âmbito do seu funcionamento ou legitimação política. Esta pesquisa deseja identificar não mais como estes gostos, preferências e distinções se constituíram e estão estruturados, mas assisti-los através dos olhos e dos sentimentos daqueles que atendem e servem a estes gostos, preferências e distinções. Busca apoio, fundamentação e desenvolvimento teórico e problemático nos conceitos e categorias estabelecidas pelos pressupostos teóricos e analíticos de Elias (2001) e Bourdieu (2010), que logo no início de *O Poder Simbólico* já compreende que

Os sistemas simbólicos (como arte e língua) só podem exercer um poder estruturante porque são estruturados. O poder simbólico é um poder da realidade que tende a estabelecer uma ordem gnoseológica: o sentido imediato do mundo (e em particular, do mundo social) supõe aquilo que Durkheim chama de conformismo lógico, quer dizer, “uma concepção homogênea do tempo, do espaço, do número, da causa, que torna possível a concordância entre as inteligências” (Bourdieu, 2010, p. 9).

Por outro lado, *as funções políticas dos sistemas simbólicos*, de acordo com a visão marxiana, vêm a articular e problematizar o fato de que as produções simbólicas são instrumentos de dominação cuja base encontrase nos interesses das classes dominantes, de modo que, para Bourdieu (2010) as ideologias como “*produto coletivo e coletivamente apropriado*”, destinam-se a manter os interesses que, individuais mas dominantes, operam no sentido de estabelecer uma “*integração fictícia*” social que acarreta na “*desmobilização (falsa consciência) das classes dominadas*” legitimando e assegurando o estabelecimento da ordem do sistema dominante:

A cultura dominante contribui para a integração real da classe dominante (assegurando uma comunicação imediata entre todos os seus membros e distinguindo-os das outras classes). (...) Este efeito ideológico, produ-lo a cultura que une (intermediário de comunicação) é também a cultura que separa (instrumento de distinção) e que legitima as distinções compelindo todas as culturas (designadas como subculturas) a definirem-se pela sua distância em relação à cultura dominante. (p.11).

O objetivo geral dessa pesquisa é, a partir das percepções dos garçons, investigar e analisar como se manifestam as relações de distinção social e de poder nas experiências do mundo do trabalho que se configuram entre os garçons que servem os ricos clientes nos *beach clubs* de Jurerê Internacional, levando em conta os efeitos da mobilidade social recente no país sobre as práticas de distinção. Nossos objetivos específicos são:

- a) estudar o fenômeno do consumo/gasto excessivo como prática da distinção de classes sociais;

- b) identificar os elementos que compõem o conjunto de constrangimentos que participam das relações de trabalho entre os garçons e os turistas consumidores da classe A;
- c) conhecer os critérios de seleção e recrutamento pelos quais os garçons são contratados;
- d) identificar os espaços escolhidos pelos consumidores, com descrições de ordem pragmática sobre cada um dos cinco restaurantes que compõem o complexo de *beach clubs* jurererianos;
- e) Analisar o gosto e as preferências que obtiveram maior destaque nos dados da pesquisa;
- f) Observar as marcas do midiático: estudar os modos de como as informações midiáticas afetam o poder de consumo e estilos de vida, gosto e preferências da classe C.

Para estabelecer referências às categorias do que chamamos de classe econômica “A” e classe “C”, recorreremos à ABEP (2012, p. 1), que define:

O Critério de Classificação Econômica Brasil, enfatiza sua função de estimar o poder de compra das pessoas e famílias urbanas, abandonando a pretensão de classificar a população em termos de “classes sociais”. A divisão de mercado definida abaixo é de classes econômicas.

O “Sistema de Pontuações” adotado pela ABEP discrimina a posse de produtos por quantidade de itens, o grau de instrução do chefe da família e a renda familiar média. Segundo a perspectiva aqui apresentada, a renda média familiar entre agentes das classes A1 e B1 varia de 4 mil a 12 mil reais e acima, e nestas classes econômicas podemos identificar a clientela turística de consumidores que habitam e/ou visitam temporária ou esporadicamente Jurerê Internacional. Suas preferências de consumo condizem com os preços dos produtos, com as disposições de serviços e as disposições estéticas e ambientais oferecidas no complexo dos *beach clubs* que iremos investigar, por exemplo. A classe C, que aqui está identificada com a representação dos trabalhadores – os garçons – de Jurerê Internacional, por outro lado, apresenta renda familiar entre 1024 reais e 1544 reais, com poder

aquisitivo que, se comparado com as classes superiores, verifica-se como baixo e muito restritivo no campo de consumo.

A pesquisa, essencialmente qualitativa, pretende seguir as orientações sistemáticas e os procedimentos exemplificados por Mazzotti e Gewandsznajder (1999). Destaco que seu pressuposto científico e axiológico será o método pragmático de pesquisa científica. O método pragmático desenvolve, a partir da realidade, tipos de conhecimentos não só da ordem prática, como sobre as ações e as relações dos agentes nas sociedades, mas constituem conhecimentos cuja pertença habita a ordem do sutil, do oculto, do subjugado. O pragmatismo metodológico irá vislumbrar, para além das representações, do jogo empírico voltado ao raciocínio lógico, e as relações humanas e sociais que não são estanques nem definitivas, mas fluidas e flutuantes, por assim dizer.

Ao estudarmos o filósofo William James (cf. BERGSON, 1950, p. 239-251), é passível a compreensão de que as relações sociais não se realizam de modo a expor nem revelar todas ou cada uma de suas motivações, anseios ou verdades absolutas. Ao contrário, pertencem e se dirigem a uma gama de tentativas de articulação, de construção de estratégias ínfimas de convivência – pois a realidade de um ou de alguns momentos não tem como conter uma verdade única e absoluta em si.

Em Bourdieu (1997), encontramos os pressupostos teóricos para a orientação da pesquisa dirigida e relativa ao procedimento especificamente adotado – a entrevista de profundidade -, objetivando o conhecimento, a compreensão e as análises das histórias de vida no campo dos ofícios, ou seja, da vida na esfera da ocupação de um espaço aqui relacional: o espaço social/profissional. Bourdieu reflete sobre suas experiências relacionadas ao fundamento procedimental (não só normativo, mas prático) com o qual buscou orientar suas investigações e realizar as suas entrevistas (e dos participantes de suas pesquisas), chegando a um tipo de procedimento na relação da entrevista em que o pesquisador pode estabelecer *uma relação de escuta ativa e metódica* que, segundo ele, é “*tão afastada da pura nãointervenção da entrevista não dirigida, quanto do dirigismo do questionário*” (1997, p. 695), em que

(...) ela associa (o procedimento) a disponibilidade total em relação à pessoa interrogada, a submissão à singularidade de sua história particular, que pode conduzir, por uma espécie de mimetismo mais ou menos controlado, a adotar sua linguagem e a entrar em seus pontos de vistas, em seus sentimentos, em seus

pensamentos, com a construção metódica, forte, do conhecimento das condições objetivas, comuns a toda uma categoria (p. 695).

Bourdieu destaca que em alguns casos é necessário em uma entrevista agirmos “*sobre a própria estrutura da relação (e, por isso, na estrutura do mercado linguístico e simbólico)*”. Mas até conseguir chegar a este momento, o autor expõe suas preocupações centrais como pesquisador de campo na busca do conhecimento e compreensão sobre os agentes e sobre as relações especificamente construídas por eles no campo pesquisado. A relação de pesquisa constitui-se como uma das relações de troca em nossa existência, mas é essencialmente uma *relação social* (Bourdieu, 1997, p. 694) que acarreta em consequências de ordens variadas, e que na possibilidade de se manter superficialmente em uma relação de violência simbólica entre o pesquisador e o pesquisado, as percepções e interpretações desta relação implicam em *distorções*, de modo que

(...) todo tipo de distorções estão inscritas na própria estrutura da relação de pesquisa. Estas distorções devem ser reconhecidas e dominadas; e isso na própria relação de uma prática que pode ser refletida e metódica, (...). Só a reflexividade, que é sinônimo de método, mas uma reflexividade reflexa, baseada num “trabalho”, num “olho” sociológico, permite perceber e controlar **no campo**, na própria condução da entrevista, os efeitos da estrutura social na qual ela se realiza.

O pesquisador é aquele que determina não os resultados, mas as regras formais e informais do jogo (entrevista). Talvez por esta razão, insistindo no investimento na redução destas distorções “*a fim de reduzir ao máximo a violência simbólica*”, Bourdieu (1997) também enfatiza que ocasionalmente na entrevista há um verdadeiro *mercado dos bens linguísticos e simbólicos*³ em jogo, em que sempre pode permear a dissimetria do espaço social (dentro do espectro hierárquico do espaço social entre o pesquisador e o pesquisado), mas que

É efetivamente sob a condição de medir a amplitude e a natureza da distância entre a finalidade da pesquisa tal qual ela é percebida e interpretada pelo pesquisado, e a finalidade que o pesquisador tem em mente, que este pode

³ id, pp. 695.

tentar reduzir as distorções que dela resultam ou, pelo menos, de compreender o que pode ser dito e o que não pode, as censuras que o impedem (o entrevistado) de dizer certas coisas e as incitações que o encorajam a acentuar outras.

Bourdieu apresenta destaques ainda quanto à proximidade social entre o pesquisador e o pesquisado, que pode produzir uma relação de receptividade negativa entre ambos inclusive sob o risco de, em vez de a entrevista estabelecer-se como interrogatório, se tornar um exercício de socioanálise entre o pesquisador e o entrevistado. Por outro lado, a fim de reduzir a distância social com o pesquisado, Bourdieu salienta a necessidade da realização da entrevista como um verdadeiro tipo de *exercício espiritual* que se constituiria de uma série de esforços para que o pesquisador possa “*se colocar em seu lugar (do pesquisado) em pensamento*”⁴ através de disposições como o próprio conteúdo e o tom (ou a forma) de como as perguntas são feitas. Tal exercício baseia-se, na prática, na condução de uma entrevista simultaneamente “*inteligível, tranquilizadora e atraente*” que quando bem sucedida é capaz de revelar-se na “*maior parte das pesquisas publicadas*”, em que estas “*representam, sem dúvida, um momento privilegiado em uma longa série de trocas*”. Assim, este exercício espiritual busca, segundo Bourdieu:

(...) a compreensão genérica e genética sobre o agente fundada no domínio (teórico e prático) das condições sociais das quais ele é o produto; domínio das condições de existência e dos mecanismos sociais cujos efeitos são exercidos sobre o conjunto da categoria do qual eles fazem parte (as dos estudantes, dos operários, dos magistrados, etc.) e domínio dos condicionamentos inseparavelmente psíquicos e sociais associados a sua posição e à sua trajetória particulares no espaço social. (1997, p. 700).

As situações, contradições e implicações da entrevista (como da pesquisa em campo propriamente) observadas por Bourdieu são imprescindíveis na construção desta pesquisa porque irão operar fundamentalmente sobre dúvidas, resistências e conflitos encontrados nos processos de convivência e experimentação no campo, além de possibilitar a produção de estratégias científicas investigativas, suporte e orientação metodológicos - que tomara possa desenvolver outro processo

⁴ Bourdieu (1997), pp. 699-700.

maior de autoaprendizagem, pois Bourdieu, ao considerar as disposições sociais como estruturas estruturantes, aponta para a compreensão da sutil fragilidade do objeto máximo não só das ciências sociais mas das ciências humanas: o indivíduo (o agente) e toda a sua complexa e sensível constituição de valores e crenças constituintes.

O pragmatismo não só procedimental, mas essencialmente atitudinal com que Bourdieu vem a estruturar a conduta, a postura e o pressuposto metódicos relativos às entrevistas também pretende, parece, atuar no sentido do próprio pragmatismo metodológico, ao escapar da lógica dedutiva e indutiva empíricas para observar, aprender e revolver uma realidade enquanto parte de si mesma e não fechada em uma determinação estática e inflexível de fatos, condicionamentos e condições.

Baseando-se nesta proposta que busca de um lado coerência procedimental, e de outro a agilidade e a disponibilidade de recursos, a pesquisa dividiu-se em dois momentos distintos.⁵ O primeiro momento, de pesquisa exploratória, deu-se no período de Janeiro a Março de 2012, objetivando utilizar da técnica de observação simples e do tipo estruturada para familiarizar-me e estudar o espaço de Jurerê Internacional de forma preliminar. A possibilidade de conhecimento prévio e de aproximação com este espaço forneceu a identificação de padrões; proporcionou a articulação para o procedimento de entrevistas; esclareceu e pontuou os problemas priorizados na abordagem no campo; e estimulou o surgimento de hipóteses antes não cotejadas sobre este espaço essencialmente socioeconômico.

O segundo momento, de pesquisa de campo, deu-se principalmente no período de agosto de 2012 a Março de 2013, possibilitando flexibilizar ao máximo os horários de recepção dos

⁵ Amparada no pragmatismo e nas perspectivas metodológicas bourdieusianas, a pesquisa mobilizou procedimentos e recursos materiais. Os procedimentos foram: observação de campo; estabelecimentos dos primeiros contatos; registros de campo; gravação de entrevistas (em profundidade); registro e análise dos dados coletados. Os recursos materiais utilizados foram: diários de campo; gravador eletrônico; livros (utilizados pela bibliografia necessária e/ou correspondente); consultas e pesquisas bibliográficas na Biblioteca Universitária da UFSC; ebooks (acesso às obras através de download na Internet); impressora e folhas de papel ofício para impressão de e-books (obras adquiridos pela Internet), e para a impressão de textos produzidos para a pesquisa e para a dissertação; computador (para pesquisas quantitativas, qualitativas e estatísticas; formulação e consulta de tabelas; registro e arquivamento de dados).

garçons às nossas entrevistas, em horários antecipadamente marcados, favorecendo a recepção e a realização de entrevistas em profundidade. A previsão do número de garçons entrevistados foi feita a partir da pesquisa exploratória (durante as visitas aos *beach clubs* de Jurerê Internacional, e especialmente no curso de Garçom que frequentei) e estipulada conforme o modo de organização da escala (rodízio) de trabalho que semanalmente pode adquirir nova forma pelos novos acordos de alteração ou reposição de horários, através de combinações nem sempre agenciadas pelos gerentes dos clubes de praia (os bares e restaurantes), mas por parte dos próprios garçons do complexo dos *beach clubs*, pois estes trabalham em escalas de horários alternados. Estimamos o número mínimo de vinte e o máximo de quarenta garçons (e eventualmente trabalhadores afins do setor da prestação de serviços, como chefes de cozinha, cozinheiros e auxiliares, maitres, cumins, gerentes, supervisores, etc.), trabalhando ativa e semanalmente nos *beach clubs*. Foram entrevistados 23 profissionais.

Capítulo 1

JURERÊ INTERNACIONAL SOB O OLHAR DA PESQUISA

1.1 A retomada econômica na era pós-real

A reconfiguração social no Brasil depois do governo de Fernando Henrique Cardoso

O neoliberalismo no Brasil, apesar de inspirar-se nas experiências latino-americanas, estadunidenses e de alguns países europeus, não originou-se de um projeto político planejado e pré-estabelecido, de acordo com necessidades sistemática e previamente identificadas em nossas instituições públicas e privadas políticas e econômicas, mas foi implantando-se de modo gradual e como “*resultado da luta de classes*”, de “*disputas políticas entre as diversas classes e frações de classes*”, como analisou Filgueiras (2006). Demonstrando historicamente a evolução, os impasses, resistências e apostas recorrentes aos processos transitórios da política econômica brasileira a partir da implantação dos Planos Cruzado e Real, a autora enfatiza que as forças sociais que sustentam o neoliberalismo contemporâneo não só revelam como legitimam as distinções das frações de classe cuja hegemonia e subordinação conformam o bloco dominante.⁶ Assim, no Brasil, a tendência atual seria a de que a “*lógica financeira articule e dirija o conjunto de interesses desses grupos. Mesmo quando não tenham, como negócio principal, a atividade bancária*” (Filgueiras, 2006).

Este dado irá verificar-se nas investigações apresentadas por Pochmann (2005), que, reunindo estudos e análises de dezesseis especialistas, apresenta o diagnóstico de que anteriormente os ricos brasileiros ocupavam cargos dirigentes de setores privados concentrando-se e ramificando-se especialmente no setor de serviços. Logo na apresentação, há destaque para a raridade de estudos no Brasil sobre a riqueza ou a “*estabilidade de concentração de renda ao longo dos séculos*”, crítica que se estende à abordagem midiática, o que nos leva diretamente à situação atual em que:

⁶ Bloco dominante é traduzido aqui como estrutura que de modo conjuntural comporta na sociedade as distintas classes e frações de classe que de época em época fazem com que, em seu interior, alternem-se suas forças diretivas de forma que cada uma assuma a liderança hegemônica.

Se não há muitas respostas para o fato do país ter tão poucas pessoas ganhando muito, muito menos existe uma reflexão e propostas de ação efetivas sobre a acumulação de riqueza (estoque e fluxo) (...). Por intermédio de elites políticas e econômicas, o segmento rico da população interage socialmente e termina por orientar, na maioria das vezes, a condução das políticas econômicas e sociais (...) (Pochmann, 2005, p.10, 11).

Desta forma, como verdadeiros espécimes raros a olho nu (mas nunca em extinção), os por assim dizer “ninhos” (familiares e/ou de produção) dos ricos estariam sediados nas capitais do país, em áreas privilegiadas dos bairros nobres, com destaque para a cidade de São Paulo. Baseando-se em fontes do país, em especial o Censo Demográfico com amostras de 1980 e de 2000 e a Pesquisa do Orçamento Familiar, de 1996, todos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) o estudo de Pochmann utilizou uma perspectiva conceitual e analítica em que a definição de rico irá fundamentar-se em:

(...) famílias localizadas no topo da distribuição de renda do país como um todo, também, de cada unidade da federação. Em outros termos, o 1,0% de grupos com a maior renda familiar total no Brasil e, também, em cada Estado (Id, ibid, pp. 19).

O livro revela ainda a existência de uma dupla invisibilidade social: a dos pobres, historicamente conhecida, e a dos ricos. Os pobres, estigmatizados pela ausência de poder de consumo e de outros tipos de capital, detêm um tipo de integridade “*desreconhecida*”, segundo os autores, devido às “*privações materiais*” de todas as ordens e, assim, têm que “*provar o tempo todo, para si e para a sociedade, a sua dignidade através de comportamentos absolutamente morais*”. Contrapondo-se a este fenômeno, os autores justificam o primeiro capítulo confirmando que os ricos se escondem “*não somente das estatísticas, mas também da sociedade e de qualquer noção de espaço público. Junto com os excluídos sociais pela miséria, conformam o outro lado da nossa cidadania incompleta*” (Id., ibid., p. 43). No sexto capítulo, constata-se o fato de que há nas cidades do país uma segregação quase que naturalizada tanto de ricos como de pobres, de modo que geograficamente as regiões que possuem maiores níveis de renda e logo de recursos mantêm proximidade total, mas “*sem misturar-se*”, às também extensas áreas territoriais absolutamente carentes, na mesma área distrital. Seguindo as estatísticas, a obra consegue mapear e produzir o perfil das elites estaduais e regionais do Brasil até a publicação da

primeira edição do livro, em 2004. Os autores geram o mapeamento estatístico que aponta o índice de riqueza por regiões do país e em cada região por seus Estados, compondo dois tipos de mapeamento distintos de acordo com os anos em que os dados foram gerados: o primeiro é o mapa de massa de riqueza das famílias ricas por Município elaborado em 1980, e o segundo segue o mesmo padrão, mas aplicado duas décadas depois, ou seja, no ano de 2000. Nos mapas que visualizam a região Sul, no Estado de Santa Catarina, a massa de riqueza das famílias ricas por Município aponta, nos anos de 1980 e de 2000, a cidade de Florianópolis com percentual mais alto de “*participação de cada Município no total da massa de riqueza do Estado (%)*”, apresentando em 1980 o índice de 20.5 e, duas décadas depois, de 20.4. Florianópolis aparece à frente dos demais municípios, que vão do mínimo de 2% ao máximo de 10% (em 1980) e 11% (em 2000) na participação de riqueza no Estado, mantendo-se na faixa dos 9 pontos percentuais de diferença na participação de riqueza em relação aos demais municípios com maiores índices. Os dados estaduais e regionais acabam por revelar, como resultado nacional da pesquisa, que apenas 5 mil famílias possuíam na época bens patrimoniais que correspondiam, em seu total, a 42% do valor do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro⁷:

Na verdade, os ricos brasileiros são cada vez mais ricos em geral, sem adjetivos ou qualificações. Ricos globais e financeirizados, fora do seu lugar... Não deixam de comungar os mesmos espaços, valores, leituras, utopias, tal como no passado. A diferença é que os novos ricos agora efetivamente não têm mais pátria. Mais que isto: abriram parcialmente mão do pesado fardo de serem exploradores de trabalho e de terem que produzir mercadorias dotadas de valor de uso. Residem na esfera

⁷ O jornal O Globo divulgou, em 12 de outubro de 2011, alguns dados de pesquisa promovida pela TNS Research International, empresa constituída por especialistas em setores econômicos com representação em 75 sedes (incluindo a cidade de São Paulo) voltada à coleta de dados qualitativos, quantitativos e estatísticos aplicados à modalidade de pesquisa de mercado - com o objetivo de identificar elementos que possam compor certos quadros e/ou perfis socioeconômicos bem como elencar estimativas de comportamentos institucionais públicos e privados que possibilitem a visualização de novas oportunidades de negócios partindo de centros de dados de conhecimentos locais para articulá-los com um nível de informação global. A pesquisa identifica, segundo afirma a reportagem sobre fala do diretor de Business & Finance da TNS - Reg van Steen -, que “o estudo confirma a tese de que, nos próximos anos, os mercados emergentes se tornarão os novos polos de riqueza”. Dentre os mercados emergentes está o Brasil, que atualmente soma 3 milhões de famílias ricas - o que “representa 5% da população (...), e considera ricas as famílias com mais de cem mil dólares em investimentos”. (“Brasil possui três milhões de famílias ricas, aponta pesquisa”).

da circulação, onde o capitalismo sempre se sentiu em casa. (Pochmann, 2005, p. 55,56).

Pochmann revela posteriormente que, acima de todos estes dados, a base da pirâmide (os trabalhadores) não sofre alterações em suas características principais. O autor verifica que uma experiência até considerável no campo de trabalho somada à educação pública e básica do cidadão brasileiro não garantem nem sustentam a transição da classe trabalhadora para os atributos que detém a classe média. Para Pochmann (2012), certos fatores são determinantes para configuração da classe média, como por exemplo, a posse de patrimônio, ativos e propriedade – coisas que a classe trabalhadora não tem. Logo que ascende economicamente, a classe trabalhadora tende a imediatamente consumir, o que indica que ela não cultiva o hábito de poupar – outra característica essencial da classe média. A educação e a saúde têm uma relação de custo/benefício positiva e, assim, a classe média prioriza seus gastos com estes serviços, sendo que a alimentação para a classe trabalhadora representa um gasto elevado para sua média salarial (entre um e dois salários mínimos). Assim, aspectos peculiares irão distinguir a classe média da nova classe trabalhadora consumidora, que passa a ter possibilidades de consumo, mas não de investimentos de seus capitais (econômico, cultural, etc.), como explicou Pochmann:

(...) Nos anos 2000 eram praticamente 12 milhões de pessoas desempregadas. Se o Brasil não gerasse esse tipo de oportunidade, se gerasse empregos de classe média, que exigem maior escolaridade, esse segmento que ascendeu não teria ascendido. Mas esse movimento está apresentando sinais de esgotamento. Porque a questão fundamental neste momento é a ampliação dos investimentos para aumentar a capacidade produtiva. E o aumento de investimento, novas fábricas, novos avanços da produção vêm acompanhados de inovação tecnológica, maior exigência de qualificação, maior demanda de trabalhadores com escolaridade, portanto maiores salários e ocupações melhores. (...) Uma classe média tem ocupações diferentes dessas que foram geradas. Se fossem vinculadas a bancários, professores ou dirigentes de empresas, possivelmente nós poderíamos associar isso a classe média, mas não foram essas ocupações que deram razão a essa mobilidade social. No caso brasileiro, parcelas significativas das ocupações não são geradas pela indústria, mas sim por serviços. Por isso, entendemos que

são novos segmentos no interior da classe trabalhadora.
(cf. entrevista com Pochmann, CARTA CAPITAL, 2012).

Para desenvolvermos o conceito de classe, há que se destrinchar as diversas camadas subjetivas que cobrem o núcleo duro que compõe os dados estatísticos apresentados com as pesquisas quantitativas (pois deles emana o perfil do "poder" de consumo dos agentes e, a partir deste poder, os agentes são classificados de acordo com suas disposições econômicas). Para tanto, nossa pesquisa elegeu as leituras de Souza (2012) e Pochmann (2005), posto que ambos expõem de forma complementar um quadro de amostras objetivo que incentivam a exploração e a investigação sobre as causas e os efeitos da desigualdade.

Para Souza (2012), as transformações econômicas produziram certa ascensão quantitativa de uma “segunda” classe média do Brasil – ou a classe de “batalhadores” (trabalhadores que labutam em um verdadeiro campo de guerrilhas diário), cujo paradigma se encontra perdido entre o absoluto estranhamento aos fatores históricos que forjaram o capitalismo financeiro contemporâneo e a lógica do mercado capitalista. Aprofundando-se em investigações causais, Souza (2012, p. 33) aponta para o que chama de *destino político* que, para a classe dos batalhadores (a classe trabalhadora) não só brasileiros tem seu início com a implantação do fordismo, destacando-se o nascimento de um “*compromisso entre os capitalistas e trabalhadores, no qual o trabalho disciplinado, hierárquico e repetitivo das fábricas era comprado por bons salários*”, em que

o fator positivo do fordismo como um “espírito” específico do capitalismo na sua fase monopolista e de produção industrial de massa residia, precisamente, na expansão do mito americano de progresso e felicidade individual (...) também às classes trabalhadoras (Souza, 2012, p. 33).

Marca da sociedade moderna, o fordismo estadunidense como modo de trabalho organizado passa a ser modelo para os meios de produção capitalista por seu sistema gestor e operacional sendo difundido e reproduzido; contudo, passa a ser também o modelo à própria reestruturação do capitalismo como modo econômico. Nas mãos dos proprietários e fabricantes japoneses e obedecendo as características fundamentais da cultura oriental, o fordismo por sua vez parece adquirir uma modelagem similar com a fundação do toyotismo, meio de produção cuja principal e peculiar característica era a total subordinação dos trabalhadores à empresa contratante em um regime conhecido como

“*patriotismo de fábrica*”. Nesse sentido, fordismo e toyotismo como sistemas produtivos e modos de gestão são marcas da sociedade moderna no contexto do campo de trabalho. Em ambos, percebem-se a objetivação da acumulação de riqueza através da obtenção dos lucros por parte dos proprietários; a mão de obra barata e excedente, e a produção em massa de mercadorias, bens e produtos - fenômenos originalmente produzidos pela sociedade industrial moderna que, segundo Souza (2012) explica,

(...) As novas empresas de *lean production*⁸ no ocidente preferem contratar mão de obra jovem, sem passado sindical, com cláusulas explícitas de quebra de contrato em caso de greve; em suma, o novo trabalhador deve ser desenraizado, sem identidade de classe e sem vínculos de pertencimento à sociedade maior. É esse trabalhador que vai poder ver na empresa o lugar de produção de identidade, de autoestima e de pertencimento. (Souza, 2012, pp. 37)

Souza (2012, p. 40) também deixa claro que o debate sobre o sucesso desses meios de produção distintos provém do fato de que indiscutivelmente “*o controle econômico pressupõe o exercício de uma dominação cultural e simbólica que lhe é concomitante*”, ou seja: há que haver uma justificação moral, o emprego cotidiano de uma violência simbólica para que se produza o “*espírito*” da acumulação do capital. Assim, ao pretendermos compreender o conceito de classe, é importante entendermos que

O que o liberalismo economicista dominante faz é “dizer” que existem classes e negar, no mesmo movimento, a sua existência ao vincular classe à renda. É isso que faz com que os liberais digam que “os emergentes” são uma “nova classe média”, por ser um estrato com relativo poder de consumo. O marxismo enrijecido não percebe também as novas realidades de classe porque as vinculam ao lugar econômico na produção e, engano mais importante e decisivo ainda, a uma “consciência de classe” que seria produto desse lugar econômico. (...) Esconder os fatores não econômicos da desigualdade é de fato tornar invisível as duas questões que permitem efetivamente “compreender” o fenômeno da desigualdade social: a sua gênese e a sua reprodução no tempo. (...) Apenas a herança material, pensada em termos de econômicos de

⁸ *Lean production*: regime de produção flexível no ambiente de trabalho.

transferência de propriedade e dinheiro, é percebida por todos. (...) Onde reside no raciocínio acima a cegueira da percepção economicista, seja liberal, seja marxista, do mundo? Reside em literalmente não ver o mais importante, que é a transferência de valores imateriais na reprodução das classes sociais e de seus privilégios no tempo. (Souza, 2012, p. 22, 23).

Aqui, Souza é pontual em afirmar que há uma “*colonização simbólica*” fortemente demarcada e evidenciada sob o emprego de uma violência simbólica secular e em plena atividade, tanto na sociedade global como no Brasil. Nesse sentido, é impossível aplicar o conceito de classe sob critérios e índices como renda, produção e consumo, senão subordinando-o ao próprio culturalismo, movimento em que as sociedades (do primeiro mundo, note-se) são consideradas “*inteiramente confiáveis*” de acordo com Souza (2012). O problema aqui está em que, sendo ou não confiáveis, honradas e/ou nobres em suas normas e condutas, as sociedades do terceiro mundo sempre irão reproduzir os padrões do primeiro mundo, perfeitos por definição – mesmo sendo passíveis de devassidões de todas as ordens éticas e morais.⁹ Nesse sentido, Souza (2012) reitera o perfil que o capitalismo moderno (também conhecido como capitalismo financeiro flexível) produz:

Agora é o próprio capital financeiro que dita o seu ritmo a todas as empresas em todos os ramos produtivos. (...), satisfazendo e criando novas necessidades de consumo que são efêmeras e passageiras. (...) Passa a existir o culto ao produto desenhado para as necessidades do cliente e criam-se novos ramos de negócios anteriormente inexistentes. Passa a existir o culto ao momentâneo, ao passageiro, ao consumo instantâneo, aos eventos de um dia ou poucas horas, com retorno rápido, que também obedecem à lógica do aumento da velocidade de giro de capital. Shows de rock, feiras, negócios sazonais (...), são todas as formas que se adaptam a uma nova estrutura

⁹ Esta insanidade revelou-se íntegra e literalmente em Jurerê Internacional. Durante a pesquisa de campo nos *beach clubs*, apenas três dos entrevistados haviam saído do país (dois garçons e um cozinheiro), e destes só um morou de fato pelo menos um ano em um distinto país estrangeiro (europeu). Apesar da maioria dos empregados (mâitres, gerentes, garçons e cozinheiros) nunca terem saído sequer do Estado de Santa Catarina, todos tinham como referência absoluta o *modus operandi* dos *beach clubs* como os de Ibiza (o mais citado), o que representa uma desapropriação e disassociação total da cultura local, substituída pela potente mimese das normatizações trazidas pelos proprietários dos *beach clubs* de Jurerê Internacional que viajam pelo primeiro mundo.

produtiva que se constitui como nicho específico, criando e atendendo a todo o tipo de necessidade. (Souza, 2012, pp.43).

Mas qual é o perfil do trabalho e destes trabalhadores do século XXI em plena sociedade global? São agentes confinados a um trânsito temporário entre uma função e outra no mercado de trabalho informal, por sua vez determinado pela flexibilidade do capitalismo financeiro? Os serviços (a mão de obra de massa) são terceirizados pelas empresas, que assim não precisam pagar e nem oferecer estabilidade de emprego e/ou aposentadoria; a obrigação para com os custos com encargos de contratação e trâmites legais e/ou sindicais, os períodos de dispensa, de férias ou de licença médica, ou seguro saúde nestes ambientes de trabalho temporário e/ou terceirizado, simplesmente não existem; há ocupação de ambientes de trabalho precários ou insalubres; o setor de prestação de serviços é o que mais cresce, aumentando a demanda de trabalho emergencial (temporário), e restringindo a oferta de trabalho com garantias de contratação, de ocupação fixa, e de longo prazo; aumenta a insegurança econômica e familiar, pois o que pode um cidadão oferecer (que geralmente é o provedor da família), se tem trabalho um dia sim e um dia não? Tais condições revelam, segundo Souza (2012), o estado da grave e acentuada “*radicalização da exploração da força de trabalho precariamente qualificada*” (p. 62), e remetem o trabalhador ao seu baixo valor social; nesse sentido, o autor insiste que “*a condição de precariedade transforma o presente em algo contra o qual não se pode lutar; ele se impõe enquanto necessidade*” (p. 63).

1.2 Bourdieu, Elias e a legitimidade da distinção em Jurerê Internacional

Em *A Distinção – Crítica social do julgamento*, Bourdieu explora, para além das explicações convencionais, as origens da formação da distinção referente ao tipo de *disposição estética*, e dispensando o capital escolar como o seu principal produtor como resposta social tradicional para o fenômeno. Para tanto, lembra que um tipo específico de apreciação ou disposição estética na verdade “*pressupõe um distanciamento do mundo*”, ou um distanciamento frente às necessidades do mundo – da mesma forma que, para que exista poder econômico, tem-se que poder se afastar das necessidades econômicas, pois de fato “*eis porque, universalmente, sua afirmação (do poder econômico) consiste na destruição de riquezas, no gasto ostentatório, no*

desperdício e em todas as formas do luxo gratuito” (Bourdieu, 2008, p. 55):

não basta invocar o fato de que a aprendizagem escolar fornece os instrumentos linguísticos e as referências que permitem exprimir a experiência estética e, por esta mesma expressão, constitui-la; de fato, nesta relação, afirma-se a dependência da disposição estética em relação às condições materiais da existência, passadas e presentes, (...), além do acúmulo de um capital cultural (sancionado ou não do ponto de vista escolar) que só pode ser adquirido mediante uma espécie de retirada para fora de uma necessidade econômica. A disposição estética (...) é uma dimensão da relação global com o mundo e com os outros, de um estilo de vida, em que se exprimem, sob uma forma incognoscível, os efeitos de condições particulares de existência: condição de qualquer aprendizado da cultura legítima, seja ele implícito ou difuso como é, quase sempre, a aprendizagem familiar, ou explícito e específico tal como a aprendizagem escolar, estas condições de existência caracterizam-se pela suspensão e pelo **sursis** da necessidade econômica” (Id., *ibid.*, p. 54).

As análises bourdieusianas destacam que a formação dos princípios que compõem uma disposição estética e talvez conformem um estilo de vida tem suas evidências históricas originais no corpo da aristocracia da sociedade de corte francesa. Segundo Bourdieu, esta dedicava sua existência a um exercício de exibição permanente e sem fim por meio de rituais que Elias (2001) trata de investigar. Para podermos compreender como é o agenciamento e o funcionamento das preferências e das distinções – especialmente as identificadas em Jurerê Internacional na primeira década do séc. XXI sob a perspectiva daqueles que servem aos desejos dos ricos – é indispensável mantermos em vista que

a burguesia constituiu a oposição entre pagante e gratuito, interesseiro e desinteressado, sob a forma de oposição – que segundo Weber, é a sua característica própria – entre lugar e moradia, dias úteis e dias feriados, (...) negócios e sentimento, indústria e arte, mundo da necessidade econômica e mundo da liberdade artística arrancado, pelo poder econômico, desta necessidade (Elias, 2001, p. 55).

Bourdieu reflete também sobre mecanismos que motivam a mobilidade social em uma articulação que de início podemos visualizar

como uma sequência de condições (da qual aqui só citamos duas) que constituem as transformações e passagens das (e nas) estruturas sociais objetivas, condições como os mais diversos tipos de pressões que estes campos (estruturas) sociais impõem aos agentes – pressões institucionais (relações de trabalho, vínculos empregatícios, sistemas escolares, etc) e/ou informais, mas cotidianas e práticas nos e dos interiores –, e as reações práticas e valorativas adversas dos agentes, ou seja, a disposição de um *habitus* e de uma estrutura mental, ambos forjados pelas condições que se impõem com a estrutura objetiva (construída social e historicamente).

O conceito de campo irá operar sobre a mobilidade social porque, para Bourdieu (2008), os capitais (econômicos, culturais, simbólicos) dos agentes que atuam de modo relacional resultam das condições de existência (econômicas e culturais) familiares e sociais destes agentes e produzem e/ou influem direta e indiretamente em suas práticas passadas e potencialidades futuras. Subscvem-se aí suas possibilidades de ascensão econômica, social, profissional ou cultural, por exemplo. Deste processo emana que, na estrutura objetiva do espaço social, é possível haver dois tipos essenciais de deslocamentos: *verticais* (de ordem ascendente ou descendente) e *transversais* (que passam de um campo social para o outro)¹⁰.

Mas por que precisamos compreender estes processos transitórios nas trajetórias dos agentes sociais? Porque os tipos de deslocamentos dentre e nas estruturas sociais objetivas poderão configurar e qualificar um tipo de estratégia, por exemplo, de política pública ou institucional (bem como sua precisão) adotada em caráter de investimento econômico, educacional ou social sobre os agentes sociais, e voltada por exemplo à conversão do quadro dos fracassos ou exclusões econômicas em uma sociedade.

Os deslocamentos sociais podem ser *verticais* e se dar dentro do campo (como, por exemplo, quando um assistente da gerência de um supermercado se torna gerente, ou ainda quando um professor do ensino primário licencia-se e ministra aulas para o ensino médio); com maiores dificuldades e distâncias, os deslocamentos *transversais* por sua vez podem se dar em uma dimensão horizontal ou em dimensões distintas: no caso dos deslocamentos transversais serem característicos do plano horizontal, dá-se quando, por exemplo, o nosso novo gerente inaugura

¹⁰ cf Bourdieu in GRÁCIO, 1997 (pp. 52-57).

seu próprio e pequeno negócio comercial, ou um de seus herdeiros o faz; já no caso do deslocamento social transversal ser característico em planos praticamente distintos, temos um exemplo quando nosso novo gerente se torna não só um comerciante mas o próprio fabricante dos produtos de seu pequeno negócio, ocorrendo a “*reconversão de uma espécie de capital em outra, ou de uma subespécie de capital econômico ou cultural em outra*” (Gracio, 1997, p. 57). Nesse sentido, devemos voltar a Elias (2001, p. 193) e à sociedade de corte francesa:

Os nobres empobrecem porque, em virtude de uma determinada tradição, e de uma concepção social, são obrigados a viver de renda, sem profissão, a fim de conservar sua posição social e seu prestígio na sociedade.

A mobilidade social na sociedade de corte francesa era praticamente inexistente para os serviçais e camponeses (os segmentos sociais que trabalhavam diariamente enquanto a aristocracia mantinha-se na corte com os estabelecimentos das relações políticas que cultivava); todos os devires, estratégias e trajetórias de mobilidade social significativamente política (e logo econômica) ocorriam na aristocracia e dentro da corte do Rei em que os nobres tinham funções das mais sutis possíveis e estas funções agenciavam grande prestígio e poder, ambos delegados e controlados pelo rei.

É certo que um tipo de “corte” está forjada em Jurerê Internacional – não só em seus hotéis e restaurantes mas na beira do mar. Nesse território, a pesquisa pergunta se as elites (os ricos) e a classe trabalhadora (os garçons) podem estar propagando uma versão atualizada do *habitus* típico da sociedade da corte, visto que **o trabalho servil, no qual se debruçam as estratégias distintivas fundamentais de Jurerê Internacional, implica oferecer serviços da pertença a uma elite** – não só de qualidade inquestionável, mas de oferta expressiva contínua, o que se configura em uma “experiência de vida”, uma “vivência” com produtos de sabores, cheiros, formas, cores, proporções e gostos desconhecidos à maioria da população da própria cidade de Florianópolis.

Em Elias (2001), há uma extensa e detalhada produção investigativa sociológica e teórico-científica que vasculha os interiores das práticas que constituíram os hábitos, costumes, vivências e procedimentos geridos pela corte francesa na época do rei Luís XIV. No capítulo “V – *Etiqueta e Cerimonial: comportamento e mentalidade dos homens como funções da estrutura de poder de sua sociedade*”, podemos observar o

aprofundamento analítico sobre as motivações intrínsecas e imanentemente produzidas por estes hábitos da corte francesa, ao que o autor chama, primeiro, de “*fetichismo de prestígio*”, e em seguida de “*racionalidade da corte*”.

Os *fetiches de prestígio* eram propriamente os rituais diários criados e reproduzidos pela corte que serviam para distinguir uma relação de maior ou menor prestígio dos nobres cortesãos perante o Rei na corte e que “*servia[m] como indicador da posição do indivíduo no frágil equilíbrio do poder entre os diversos cortesãos, equilíbrio controlado pelo rei*” (p. 102). Operavam-se nos próprios procedimentos cotidianos, como o ajudar o Rei a vestir sua camisa ou segurar um castiçal para o monarca antes que este se deitasse em sua cama; segundo Elias (2001), isto se tratava de “*um tipo de organização em que cada atitude revela um sinal de prestígio, simbolizando a divisão de poder da época*”, e que em nada este evento de suma importância tinha de insignificante ou dispensável, pois

o rei aproveitava de suas atividades mais particulares para marcar as diferenças de nível, distribuindo suas distinções, provas de favorecimento ou desagrado. Com isso, fica esclarecida a pergunta: a etiqueta tinha uma função simbólica de grande importância na estrutura dessa sociedade e dessa forma de governo (p.102).

Já a *racionalidade da corte* é o termo que descreve o modo como o exercício de poder, distinção e controle social se efetivava na sociedade da corte francesa entre os séculos XVII e XVIII:

(...) seu caráter específico deriva, em primeiro lugar, do planejamento calculado da estratégia de comportamento em relação a possíveis perdas e ganhos de status e de prestígio sob a pressão de uma competição contínua pelo poder. Competições por prestígio e status podem ser observadas em muitas formações sociais (...).

(...) Hoje em dia, somos inclinados a perguntar: por que estes homens eram tão escravos das formalidades? Por que eram tão sensíveis ao que consideravam um “comportamento incorreto” de outra pessoa, ao mínimo dano ou ameaça a algum privilégio formal (...)? (Elias, 2001, p. 110).

Na pesquisa, estas duas disposições estéticas e éticas específicas (os “*fetiches de prestígio*” e a “*racionalidade da corte*”) irão estar

relacionalmente abordadas e/ou integradas aos conceitos bourdieusianos da distinção e do *habitus*, quanto às questões sobre a produção de um *habitus* profissional (dos garçons). As práticas que configuram os *habitus* de classe que se confrontam no território jurereriano se integram a uma tradição normatizada, incorporada, naturalizada de disposições estéticas e éticas herdadas com as marcas da distinção. A disposição estética e tudo que dela emana em pleno século XXI, como estas práticas carregadas de subjetividades objetivamente políticas (porque separam enquanto agenciam as hierarquias sociais e econômicas), são a manifestação de poderes atemporais normativos e valorativos implantados com a representação social desde meados do século XVI, na sociedade da corte europeia. Talvez possamos encontrar muito mais proximidades e semelhanças do que distâncias e diferenças históricas entre esses dois momentos.

No estilo de vida característico de um *habitus* especial - *habitus* de corte -, o tempo e a experiência dedicados às coisas (os rituais sociais diários) têm *sentido*, *significação* e *importância* fundamentais, pois indicam e comportam, além da condição social de existência dos agentes, o privilégio que estes conseguem deter em uma determinada camada ou campo de disputa social. Seriam estas marcas também de Jurerê Internacional? Haverá variáveis o bastante para compararmos e chegarmos a uma similaridade não só quanto ao *status quo*, mas relativa às normas e condutas diárias entre o *habitus* da sociedade de corte francesa e os processos verificados na dinâmica e na disposição do campo em Jurerê Internacional?

1.3 Jurerê Internacional e seus garçons

O empreendimento imobiliário concebido e executado pelo grupo bancário Habitasul criou por assim dizer o limite territorial entre as praias de Jurerê Tradicional e Jurerê Internacional. Jurerê Tradicional situa-se na parte direita desta zona litorânea e seus habitantes são em maioria descendentes e/ou naturais de Florianópolis; já Jurerê Internacional é empreendimento imobiliário forjado com a aquisição de terreno na praia, com solo típico de mangue, aterrado para construção do balneário. Jurerê Internacional, segundo dados coletados por Toledo (2005), ocupa cerca de dois quilômetros da área litorânea.

O espaço físico do empreendimento imobiliário, mesmo podendo ser alterado conforme inclusão ou exclusão de novos investimentos comerciais e/ou industriais, apresenta investimentos

específicos do grupo Habitasul situados à beira-mar: os hotéis Jurerê Beach Village e Il Campanario Villaggio Resort, as estruturas comerciais do Jurerê Open Shopping, Jurerê Sports Center, e os *beach clubs*. Jurerê Open Shopping ocupa uma área que destina-se ao fornecimento de serviços, com lojas e comércio, de modo que os moradores e turistas de Jurerê Internacional não precisem se deslocar ou sair deste espaço físico, cultivando uma pequena mas autônoma rede comercial; já os *beach clubs* de Jurerê Internacional são compostos por restaurantes internacionais que trazem a marca da gastronomia europeia e asiática, como as cozinhas italiana e japonesa. Há também lanchonetes, como as encontradas na Praça de Alimentação do Jurerê Open Shopping (no "Calçadão Central" da Plataforma 1). Jurerê Sports Center possui uma infraestrutura concebida de acordo com pelo menos duas das necessidades básicas que aparentemente constituem o "estilo de boa vida" da comunidade internacional que parece fundamentar o empreendimento: necessidades de lazer e de esportes de seus habitantes e turistas. Mantém em seus espaços quadras desportivas específicas (cobertas e abertas), piscinas e tipos de salões especiais para atividades desportivas e de lazer; da prática de esportes como tênis, futebol de salão e futebol em campo e natação; e de práticas que caracterizam espaços sociais de lazer com gestão de atividades recreativas lúdicas e ao mesmo disciplinares, como aulas de ginástica olímpica, artes marciais, circo e acrobacia e vários tipos de dança.

Os *beach clubs* são os cinco bares e restaurantes situados à beira mar e compõem os lugares preferenciais que a pesquisa de campo pretende visitar e investigar: *Café de La Musique*, *Donna Jurerê Internacional*, *Parador 12*, *Simple On The Beach* e *Taikô*. Os interiores dos *beach clubs*, como por exemplo os "bangalôs", são espaços distintivos pois fornecem o privilégio da tranquilidade e da segurança privada de poucos à beira-mar. Somente poucas pessoas ricas podem pagar pelo consumo nos *beach clubs*, cujos preços são também distintivos. Supõe-se que os produtos são de alta sofisticação e de raro conhecimento e produção. Os espaços dispostos na areia não possuem quaisquer símbolos maiores de distinção social, havendo a utilização dos mesmos móveis para todos (como cadeiras de praia, guarda-sol, cadeiras e mesas para consumo de alimentos e bebidas, etc.).

Notas publicadas em jornais impressos locais há tempos vêm conformando uma espécie de cultura de relatos que, em comum, destacam a grande quantidade de trabalhadores desqualificados para trabalhar nas praias florianopolitanas em serviços específicos de

hotelaria, bares e restaurantes.¹¹ Porém, é de conhecimento público que organismos nacionais com sede em Florianópolis, como o SENAI, SENAC e o SESI, oferecem há no mínimo uma década cursos técnicos e profissionalizantes para capacitar profissionais deste campo de trabalho. Este dado de início nos remete a duas dúvidas: 1) se há de fato trabalhadores qualificados e formados por estes cursos profissionalizantes para atender à demanda destes serviços, por que estes profissionais não ingressam nas vagas de emprego abertas a cada temporada?; 2) que tipo de benefícios, segurança e planos de carreira estariam atraindo ou afastando estes profissionais, capacitados ou não, do campo de trabalho?

Nas leituras antropológicas, é possível encontrar a gênese desse tipo de trabalho de início caracteristicamente servil que migra histórica, sociológica e tecnicamente para uma especificidade técnica e especializada, adquirindo assim seu campo de atuação na produção comercial. Mas as relações sociais desde o início determinaram relações de poder que se estabeleceram com o ato deliberado da própria relação servil dos dominados para atender os desejos e servir os dominantes. A significação do ato de “servir” algo a alguém acarretava em uma submissão ao mais forte e melhor em suas condições de exercício na ação e na vida social, bem como ato do dever subalterno ou como o exercício de uma punição a quem servia.

Desde o período pré-histórico, aquele que vencia um confronto passava a ser “assistido” e servido pelo perdedor.¹² Em meio às

¹¹ Por exemplo, em Outubro de 2011, período supostamente preparatório e de recrutamento de profissionais para trabalhar em Jurerê Internacional na temporada de verão, foi publicada nota no jornal Diário Catarinense, segundo a qual haveria um “entrate” impossibilitando a captação de novos investimentos e a instalação de novos negócios comerciais referentes à empreendimentos na área de bares e restaurantes: a falta de profissionais qualificados para estes tipos de serviços específicos. Espelho que tais trabalhadores não qualificados seriam muito possivelmente membros de uma camada social completamente desinteressada em sua própria subsistência econômica; a partir de uma lógica de mercado, tais agentes sem educação, capacitação ou formação técnica específicas seriam oriundos muito possivelmente das classes D e E que, habituados a viver distinta e voluntariamente à margem da sociedade, seriam incapazes de vislumbrar as grandes oportunidades de trabalho que o empreendimento imobiliário e todo o complexo turístico comercial de Jurerê Internacional estariam resguardando – e pior: seriam o problema concreto da falta de novos investimentos comerciais.

¹² Na Antiguidade Oriental (Egito e Mesopotâmia), como na Antiguidade Ocidental (Grécia e Roma), as classes dominantes típicas das lideranças e dos regimes carismáticos das sociedades politeístas resignificaram o trabalho servil que não apenas aplicava-se aos física e socialmente inferiores e aos pobres, como aos mais fracos e estrangeiros. Destacava-se o emprego formal

revoluções da modernidade, surge uma nova apropriação da ideia, do conceito e da cultura hospitaleira, com destaque aos franceses que se serviram de toda uma herança aristocrática muito forte e onipresente e desta, de uma série de princípios normativos, valorativos e práticos para fundamentar e produzir seus padrões e estilos de educação servil direcionada a educar e formar o sistema de regras, normas e etiquetas que orientam a atuação de seus “garçons”. Temos na França da modernidade o centro geográfico e cultural que originou o nome deste profissional, o “garçom”, que significa “menino” e remete às memórias históricas francesas em que garotos serviam os célebres banquetes na sociedade da corte. Em plena contemporaneidade, porém, temos um deslocamento de sentido, de ordem e de legitimidade, pois o trabalho servil passa a ser visto como um dos tipos de prestação de serviço. Dessa forma, passa a constituir o quadro do profissional liberal - pois tem a opção, em teoria, de possuir vínculos institucionais ou trabalhar com contratos temporários, protegido por lei.

Atualmente, o garçom profissional ainda vive sob as tradições práticas do seu mercado de trabalho, e a categoria geralmente não tem à disposição contratos de longo prazo, com carteira profissional assinada, salários mensais, outros benefícios e direitos. Como podemos visualizar aqui os contextos do mercado de trabalho do garçom profissional? Para me familiarizar com o campo, decidi participar do *Curso de Capacitação de Garçom*, promovido e aplicado pelo Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis (SHRBS).

O curso, com duração de vinte horas semanais, deu-se de 14 a 18 de Maio de 2012, no período das 15:00 às 19:00, na sede do Sindicato, na praça Olívio Amorim, região central da capital de Florianópolis, com as aulas ocorrendo na sala expositiva no andar térreo. A sede tem interna e externamente uma bela apresentação estética, com uma pintura harmoniosa, refinada e discreta; tem uma decoração no estilo

do racismo, do sexismo e da economia escravista (como por exemplo em Roma, quando os indivíduos que não tinham como pagar impostos aos césores eram obrigados a dar-se e às suas famílias em troca dos impostos, sendo que esposas e seus filhos eram obrigadas a trabalhos domésticos e servir alimentos). Já na Ásia antiga, no extremo oriente – Japão e China -, manteve-se a prática do trabalho infantil como forma de educação dos mais jovens e estabeleceu-se como tradição que o perdedor de um confronto deveria servir ao vencedor. Nos períodos da Baixa Idade Média até o pré-industrial, considerando todas as possíveis alterações científicas, culturais, sociais e econômicas originadas com o Iluminismo e o Renascimento, tem-se uma expansão das colonizações europeias com as tentativas e investimentos voltados à dominação territorial com as expedições colonizadoras a outras áreas continentais (Ásia, África e América). Neste processo, incorpora-se um novo segmento de trabalho às cortes europeias, antes não assimilados nem admitidos: os escravos, principalmente africanos. Alguns deles, como detalhou Gilberto Freyre no caso brasileiro, cuidavam da hospitalidade da Casa Grande.

utilitário e bem iluminada, distribuída pelos ambientes dos três andares do edifício e comporta, no térreo, e seguida da área da recepção, o ambiente da sala de aula do curso de Garçom.

O curso é ministrado pelo professor que nossa pesquisa chamou de Libra, um Senhor profissional muito simpático que durante todo o curso veste sua gravata sob o blusão de poliéster da mesma cor que a calça social (azul), nos remetendo às memórias de um uniforme ou veste típica de um maître de restaurante. A turma compõe-se de cerca de trinta indivíduos em que aproximadamente dezessete pessoas têm aparentemente menos de 30 anos, somando dez mulheres. Seus objetivos são variados: alguns indivíduos vieram ao curso no intuito de conhecer as disposições práticas desta atividade para exercê-la futuramente (em seus próprios negócios ou trabalhando para outrem), outros a fim de nutrir suas expectativas pessoais (porque “acham a gastronomia muito bonita”), e a maior parte do grupo faz o curso na busca de ascensão profissional, para adquirir o certificado e ocupar uma posição mais elevada na hierarquia do campo de trabalho dos restaurantes, bares e hotéis – sem falar que tal ascensão representa um pequeno aumento na renda mensal. Os membros da turma são quase todos de profissões consideradas subalternas: serviços gerais (área das faxinas, dos consertos e de manutenção dos locais de trabalho), caixas (de restaurantes e lojas), auxiliares de cozinha e de bar, vigilantes noturnos, um caseiro e três já nas funções de garçom.

O professor Libra, após distribuir os crachás com os nomes de todos os alunos presentes, guarda um sorriso espontâneo quase que constante entre suas pausas e explicações e, enquanto argumenta elencando seus objetivos e explicando seus métodos, repete de vez em quando o quanto ele apreciaria se qualquer um de nós pudesse fazer perguntas e expor dúvidas, ou tecer suas próprias ideias e contar experiências. Durante este exercício explanatório e a distribuição das apostilas a cada aluno, Pedro passa a fazer no entanto diversas afirmações problemáticas que inclui abaixo; a maioria das afirmações são contraditórias e passíveis de contestação e expõem a dissimulação das lutas no campo. Mas, por serem citações de caráter e ordem valorativos, elas funcionam de modo inquietante e por isso indispensável à dinâmica pedagógica a que o professor se propunha, ou seja, provocar reflexões na turma:

- a) o Garçom deve ser o “Piloto de Bandeja”, assim como o é um piloto de avião: ambos têm a mesma importância, embora disponham de diferentes meios e instrumentos no trabalho;
- b) a discriminação e o preconceito produzidos pelo constrangimento moral da profissão do Garçom (pelo fato de este ser um trabalho servil) estimulam e influenciam o fracasso (bem como a possibilidade de ascensão) da categoria enquanto classe e segmento profissional;
- c) o SENAC (Serviço Nacional de Comércio) é uma das instituições junto a algumas faculdades de Turismo e de Gastronomia que mantém e asseguram o circuito de cursos para formação técnica e valorativa da categoria, mas que acima de tudo se esforçam para “resgatar” o conceito e o caráter positivo do profissional Garçom, não deixando claro contudo as motivações para tanto, ou seja - expondo uma dissimulação de objetivos institucionais contrários às condições dispostas no campo;
- d) a necessidade de uma formação não só técnica e procedimental da profissão do Garçom, mas formação essencialmente distinta e distintiva, agregando e conformando uma economia dos saberes estéticos e sensoriais (não só sobre as aparências dos elementos gustativos, mas sobre os gostos e sabores dos alimentos e das bebidas) capazes de um refinamento de tão alta qualidade como de inesperado e alto o seu nível de exigências;
- e) o aspecto individualista da profissão Garçom, do esforço e do investimento puramente pessoal, e a necessidade da livre iniciativa, criatividade e do empreendedorismo do profissional eram destacados constantemente – e este foi um dos aspectos mais contraditórios de sua exposição –, como se o individualismo do Garçom equivalesse ao sucesso da autonomia desta profissão, e como se esta autonomia de um profissional peculiarmente bem qualificado e por isso raro de se encontrar fosse uma determinante invariável para o sucesso desta classe;
- f) a profissão de garçom não é regulamentada, havendo poucas leis e regras com coerência, e especificamente voltadas a normatização dos locais e às suas condições de trabalho;
- g) são raros os casos dos processos de efetivação de tal cargo na iniciativa privada; no campo, são raros os contratos de longo prazo e/ou com planos de carreira;

h) a contradição fundamental dá-se com a relação entre a formação profissional e o campo de trabalho : ao mesmo tempo em que o garçom deve manter uma elitizada e rara apropriação de saberes estéticos e sensoriais, seus planos contratuais são temporários, a remuneração é incompatível com tais aquisições de saberes e práticas, e não há garantias de estabilidade de emprego no campo;

i) há um “*lado bom*”, porque “*serviço tem pra quem quer trabalhar*” e ser um “*garçom profissional, é se levar a sério*”, segundo o professor Libra: em um fim de semana, trabalhando de três até sete horas em um evento privado, pode se chegar a receber de R\$ 150,00 a R\$ 400,00, o que é quase um salário mínimo “*só por dois dias de trabalho*”. E isto é no mínimo curioso: que uma classe profissional, cujas origens estão na conformação hierárquica tradicional de práticas e de saberes tão especiais e nascidos na aristocracia, conviva tão tranquilamente com o “desapego” às questões imperativas do trabalho (como estabilidade de tempo de trabalho e de remuneração), com o abandono de disposições profissionais e salariais em seu próprio campo profissional e social;

j) o recrutamento profissional faz-se “boca a boca”, e o sucesso profissional (sempre temporário) faz-se segundo o próprio desempenho das funções de cada garçom empregado, pois uma das principais características deste mercado de trabalho é a demanda por profissionais de alta rotatividade, sem que haja quaisquer vínculos empregatícios de longo prazo;

k) a categoria profissional não dispõe de um sistema (como um cadastro ativo ou listas de profissionais para escalas de serviços) nem de instituições responsáveis por encaminhá-los às áreas ou setores de empregos e de serviços, não tendo meios de garantir uma demanda permanente e mínima e conseqüentemente nem de significar ou oferecer uma referência quanto à estabilidade de emprego e segurança no trabalho;

l) contudo, em Florianópolis, a categoria tem no SHRBS uma de suas representações mais funcionais e importantes. No terceiro artigo do regimento do Sindicato, de acordo com seus Objetivos e Deveres, destina-se a “estudar e procurar soluções para as questões e os problemas relativos aos setores de turismo e hospitalidade”, sendo que aqueles que se associarem ao Sindicato em Florianópolis têm

(...) serviços de orientação técnica, jurídica e nos dissídios coletivos de trabalho. Na área de saúde, o Sindicato

oferece serviços gratuitos ou através de convênios. Ao associar-se, o empresário e seus colaboradores têm à disposição o “Personal Card”, que traz inúmeras vantagens facilitando o acesso a serviços médicos, odontológicos, clínicos e compras em mais de 400 estabelecimentos comerciais. O cartão é utilizado como forma de pagamento e proporciona significativos descontos, que podem chegar a até 40% (...). (Portal SHRBS);

m) no contexto histórico e atual do mercado de trabalho, tem-se como fato esse tipo de inversão sobre a disposição deste profissional: quanto mais o garçom for discreto e dotado do poder da invisibilidade, mais se destaca como profissional peculiar, raro e admirável, o que inverte quase todos os outros modos de apreciação e de reconhecimento das habilidades e capacidades profissionais de um indivíduo que, a fim de prová-las, deve no mínimo poder expô-las.

Nas primeiras páginas da apostila do curso de garçom, no esquema “Cargos e Funções” encontram-se “Os Dez Mandamentos do Garçom”. Dentre as recomendações que constituem os principais pré-requisitos para ser um garçom profissional, a primeira diz: “*O cliente é a pessoa mais importante em qualquer negócio, ele não depende de nós. Nós é que dependemos dele. (...)*”. na terceira recomendação, temos: “*Mantenha-se no salão silenciosamente, evitando conversas desnecessárias e junto a sua praça; ande em postura elegante e não corra pelo salão*”. Na quarta lê-se: “*(...) saiba sorrir, sem no entanto rir.(...)*”. Na quinta, é determinado que “*quando falar com o cliente, não se encoste nas mesas ou nas cadeiras*”. Na décima recomendação, revela-se que, apesar de tudo isto (de toda esta absoluta falta de expressividade e de manifestação emocional ou crítica da natureza humana estar forçadamente oculta na figura do trabalhador garçom, e da impossibilidade de criação de um vínculo que legitime a condição humana da igualdade mesmo que instantânea):

Tudo na vida deve ser feito com amor. Por isso o importante é realizarmos nossas tarefas profissionais imbuídos desse clima de amor e fraternidade na mais nobre das funções: que é a de servir ao próximo. Sorria com educação e diga muito obrigado. (professor Libra, *Curso de Garçom - A Arte do Bom Servir*, pp. 1,2)

Neste momento são indispensáveis as percepções pontuais de Bourdieu (2008) relativas à conformação do “*habitus pequeno-burguês*” que aqui vemos plenamente fundado em uma espécie de virtude ascética quase religiosamente tornada prática por ser um requisito procedimental. O que temos daí adiante é o fenômeno que este autor chamou de “*o pendor da trajetória social, individual e coletiva, tornado propensão (...)*”, em que

A pequena burguesia ascendente refaz indefinidamente a história das origens do capitalismo: para isso, ela só pode contar, a exemplo dos puritanos, com seu ascetismo. Nas trocas sociais em que outros podem contar com garantias reais – dinheiro, cultura ou relações –, ela só pode oferecer garantias morais; pobre (relativamente) em capital econômico, cultural e social, ela só pode “justificar suas pretensões” como se diz e, por conseguinte, dar-se as oportunidades de realizá-las, com a condição de pagá-las com sacrifícios, privações, renúncias, boa vontade e reconhecimento, em suma, com virtude. (p. 316)

A apostilada de autoria do professor Libra (2012, p. 4) estabelece, após o texto que estipula as regras e normas sobre a *Apresentação Pessoal*, uma espécie de síntese que, entre outras recomendações essenciais, lembra e determina que “*o bom garçom não tira pedidos, efetua vendas*”, relevando a mudança súbita de um *habitus* que era antes resultado de uma tradição do trabalho servil para a inculcação de um ideal do empreendedorismo em que a livre iniciativa é um dos maiores trunfos do agente. Como veremos a seguir, a livre-iniciativa do garçom se realiza em um trabalho em que de *iniciativa* não pode haver nada. Na sequência das recomendações aprende-se que o bom garçom:

- “(...) *está sempre atento ao menor movimento do cliente*”;
- “(...) *é bom em tudo o que faz e procura fazer sempre o melhor*;
- *é compreensivo, atencioso e flexível; É SEMPRE O-TI-MIS-TA!*” (assim destacado em letras maiúsculas e centralizado na formatação). Em seguida, seguem-se as ações inversas nas características que Libra (2012, p. 5) irá pontuar em *O Mau Garçom*:
- aquele que “*Fala alto e ri alto*;
- (...) *toca no cliente; toma a iniciativa de esticar a mão para cumprimentar o cliente*;
- (...) *quebra material por descuido (...)*”.

Ao isolarmos cada elemento proposto como ação recomendável (ou condenável), temos o labor do garçom como o *ethos* do ideal aristocrático, e a *hexis* do garçom em uma postura que o descreve como um profissional mergulhado em um mundo que não lhe pertence, e isso é perfeito e equivalente à sua condição de trabalho no campo, e logo é coerente com a sua ocupação na disposição do espaço social. A partir deste momento, as disposições dos agentes estão claras e suas relações devem obedecer a tais distinções hierárquicas – que contraditoriamente também parece de certo modo servir ao garçom, pois o aponta como um símbolo da nobreza já que ele está sempre “*atento ao menor movimento do cliente*”, quase que antecipando as suas ações ou necessidades, tal qual era o trabalho servil realizado pelos serviçais na corte aristocrática francesa. E tal tradição deve se perpetuar.

Neste ponto, o labor servil com características aristocráticas deste profissional hoje no mercado de trabalho transita com a legitimidade de uma profissão ainda não regulamentada, pelas categorias de “liberal” (profissional liberal) e “empreendedor” (empreendedor liberal ou autônomo). Como profissional contratado para eventos privados e esporádicos, seu salário é às vezes complementado por benesses da elite econômica e financeira local (mas global). No complexo imobiliário em que estão situados os *beach clubs* jurererianos, além dos fiéis servos também brilham os seus senhores, mas à velocidade da luz - e muitos deles são estrelas da primeira grandeza do espectro midiático internacional por razões as mais diversas: ocupação no campo político, destaques do campo cultural (do entretenimento e do esporte), etc.. Ou seja, um círculo vicioso se define, volta-se para dentro e se fecha, articulando as baixas e as altas esferas financeiras. Isto produz um campo onde os corpos se atraem só para se repelir, nesta cadeia de ações em que só haverá trabalho se existir eventos; só existirão eventos (*trabalho*) se existirem os “contatos” (*agentes envolvidos por predisposição de interesses*); mas só haverá contatos se a mídia divulgar (os eventos). A mídia deixa ser mero veículo para personificar a capitalização de valores, e passa a ser um dos centros nervosos da *estrutura mental e da estrutura objetiva*; assume a face do *poder simbólico*, e repadronizada os modelos do *capital cultural e econômico-financeiro*.

A roda da fama, pela sobrevida da mídia, é um dos centros motores e de propagação desta força violenta e aparentemente bela, distintiva e excludente na beira do mar, em que os pobres e feios, doentes e ignorantes – e, por que não lembrar, sensíveis –, não têm vez. De início e no limite, muitos, senão todos, os níveis de insegurança lhes

são propiciados: insegurança econômica e financeira; insegurança profissional, porque, não regulamentada, ela constitui um campo de trabalho temporário e informal em que os contratos são feitos verbalmente na maioria das vezes; insegurança social e cultural, sendo o trabalho servil neste caso distinto dos demais por diversas razões, entre elas o fato gritante de, além de ter que obrigatoriamente mostrar um serviço impecável, o garçom ter que mostrar-se digno da apreciação de agentes oriundos de culturas e práticas que ele jamais pensou que existissem, jamais conheceu ou experimentou. Quantos garçons experimentaram *o outro lado* (o lado de quem é servido) para de fato poderem afirmar se o que fazem é ou não um serviço de boa qualidade?

Estes paradoxos confirmam o amplo e fértil território em que Pochmann (2005, p. 54) caracteriza os ricos brasileiros:

Mas as elites brasileiras mantêm ainda traços terceiro-mundistas, no seu entender, saudáveis: legiões de serviços – motoristas, babás, cozinheiras, arrumadeiras, personal trainers, gerentes financeiros, secretárias, agentes de viagem, estilistas – cujo “ócio” se transmite ao senhor, pois o “serviço especializado” daqueles serve apenas para aumentar a opulência deste, não figurando como trabalho social ou produtivo. Trata-se de atividades que oscilam entre uma neofilantropia paternalista e formas atualizadas de exploração “servil” da mão de obra.

Neste contexto, a mídia seria uma das forças essenciais na roda da distinção em do território jureriano? Tudo indica que o aspecto midiático é um dos fortes pontos estruturais da existência da condição distintiva. A dissociação que este objeto pode estar desenvolvendo no campo da comunicação (não mais somente local), não só sobre o complexo de Jurerê Internacional, mas precisamente sobre os profissionais garçons na ilha de Florianópolis, deve por isso ser um tópico a ser investigado empiricamente em nossa pesquisa, pois, para além da mídia, já enfatiza Pochmann:

(...) a cultura transformou-se efetivamente num bem de consumo. Não há mais desconcerto entre as ideias e o real, mas tão somente ostentação de poder e riqueza, sem firulas filosóficas. O país, segundo sua ótica, não está para se construir e nem o progresso e o desenvolvimento são factíveis. Ser rico hoje é participar de uma forma de

valorização fictícia do capital. A ostentação não pode mais ser descortinada apenas pelo seu caráter cerimonial, estando apoiada numa diferença de riqueza acumulada.

(...) Trata-se, enfim, de uma nova elite e uma nova forma de riqueza que independe da expansão da produção e do emprego, ou pior, do seu encolhimento. Foge do fisco e se refugia constantemente e se refugia constantemente nas festas dos famosos e em viagens de final de semana ao Primeiro Mundo, ainda que este também esteja aqui, pois a parte do tempo gasta longe dos espectadores só vale à pena quando produz um resultado concreto e visível (Pochmann, 2005, pp. 55,56).

Capítulo 2

Do método: dificuldades e características do trabalho de campo

A compreensão de um campo de pesquisa antes de efetivar-se pragmaticamente ocorre também de modo sutil e sensível, porque todo e qualquer elemento que compõe e emerge de uma realidade objetiva possui sua própria subjetividade, seus propósitos adquiridos e atribuídos, e possíveis significações. Conhecer um campo e se propor a entendê-lo significa aceitar, de antemão, que haverá conflitos, pois, o não conhecido (ou seja: os modos de vida, os discursos individuais e coletivos, as intenções e as condutas cotidianas) traduz-se e se realiza pelo confronto, pela resistência árdua e pela renúncia às verdades anteriores que, no novo ou distinto contexto, não se aplicam mais.

É este o fio de um pesquisador. Escolher conhecer - sem ignorar - a experiência. Em meu campo de pesquisa, eu poderia fazer escolhas quanto à recepção de discursos que iriam se confrontar com minhas noções valorativas e normativas? Como seria assistir (sem pré-julgar) à conformação material da riqueza – as estilizações arquitetônicas, a disposição dos bens desfilando “normalmente” (os carros e motos importadas, as mansões e barcos, os veleiros, lanchas, jetskis)? Presenciar a rotina dos agentes despreocupados em suas ruas no bairro – haveria áreas residenciais e áreas de produção? Seria simples verificar e investigar os paradoxos das disposições estéticas, das disposições éticas e estruturais de uma espécie prazerosa e ambígua de “moral”?

O campo imaginário e nervoso se antecipa ao campo deliberado e dado. Por certo, iria ter que ceder à força de imagens e intenções, paisagens e agentes, e ver as disposições materiais, estéticas e éticas de modo a poder percebê-las em necessidades, e assim foi: com quase nada de munção no campo empírico e no campo ideológico, me antecipei a este rico campo – e este foi o meu modo de pensar a pesquisa. Um passo de cada vez, a paisagem e o cotidiano iriam contar boa parte das histórias, pois tudo tem o seu código e algumas decodificações. Em vez de falar, tinha que aprender a ouvir – e em muito devendo isso a meus professores que insistiram (que bom!) que eu me desarmasse filosófica, ideológica e intelectualmente, para que enfrentasse cada luta interna, com raiva, sim, às vezes, mas com inspiração e muita sede, porque estava claro – mesmo que difícil de aceitar – que havia coisas demais, para além do meu limitado horizonte, a aprender. Desta forma, o campo se abria pra mim.

2.1 Subjetividade do espaço, paradoxos do abandono

Esteticamente, os projetos arquitetônicos das moradias de Jurerê Internacional vão desde construções modestas (mas muito bem acabadas e aparentemente agradáveis) até mansões sofisticadas e assimétricas, com muita originalidade e grandiosidade na distribuição de cômodos com diversas alturas e paredes estranhas a quem mora em casas de estrutura tradicional e de material mais barato. Muitos cômodos dessas casas e mansões têm vista privilegiada, com sacadas para o oceano Atlântico e suas águas claras e sem fim; estilisticamente, as partes e peças externas dos imóveis traduzem um gosto supostamente refinado, eventualmente algo artístico; exibem cunhas e traços de esculturas com influência do estilo românico (peças circulares ou em arco, com pilares e abóbadas não raro aparentes nas sacadas, nas entradas e nas laterais das casas); e estes são os traços mais comuns entre elas: apesar do planejamento apresentar uma originalidade contemporânea em algumas moradias, a maior parte das casas e mansões sugere uma comunhão estética de uma convenção arquitetônica histórica e ocidental.

O território de Jurerê Internacional apresenta triste paradoxo: embora atravancadas nas temporadas de verão, as ruas e calçadas, de março até novembro nos últimos dois anos e meio de visitas de conhecimento e reconhecimento territorial, de pesquisa exploratória e pesquisa de campo – de meados de 2011 a 2013 –, permaneceram praticamente vazias. Minhas fontes depõem sobre a identidade deste lugar, e para aprender sobre o lugar eu precisava ouvir as pessoas que o cultivam, suas famílias e histórias – são estes os agentes que convivem, normatizam, socializam, gerenciam e delegam as próprias regras finais, princípios, condutas, crenças e aspirações de Jurerê Internacional, e por suas perspectivas e expectativas comuns tal território mantém-se ativo. Eu precisava poder experimentar o conhecimento da identidade cultural desta população que produz sentimentos e ideais como qualquer outra, mas que é especialmente demarcada, delimitada, famosa e cultivada pela fartura e prosperidade dos bens materiais que sustenta, prioriza e divulga. Esta foi a primeira e inesperada dificuldade que o campo me apresentou: o seu deserto das almas na beleza do espaço, que a riqueza facilmente gera, mantém e reproduz, pois os agentes (herdeiros ou emergentes) têm que produzir e trabalhar – ou seja, se ausentar destes pilares de sonhos – para poder sustentá-los. Aqui, a ausência são longos meses a fio, restando poucos “anjos de guarda” (jardineiros, caseiros, governantas e

domésticas) incumbidos de zelar por estes patrimônios tão desejados. De março a novembro, os transeuntes que podemos avistar são raríssimos empregados, uniformizados, que saem das casas e mansões para depositar lixo ou varrer as calçadas.

Tal paradoxo revela, de início, que:

a) a riqueza comporta outras espécies profundas e complexas de abandono, ao contrário do abandono social e das lacunas das políticas públicas que cotidianamente aumentam as feridas de milhões de famílias; há demasiado abandono de beleza e espaço produzido pelo homem, em Jurerê Internacional;

b) a manutenção diária é feita por empregados, neste belíssimo e planejado depósito de sonhos abandonados: são mansões estética e arquitetonicamente originais e diversificadas, bem planejadas e bem iluminadas. Contudo, tais mansões (ou sonhos) já não abrigam ou guardam os proprietários, nem simbólica nem concretamente, porque durante todo o período das visitas (exceto os três meses de alta temporada) emergiu e predominou a ausência;

c) no período de pesquisa exploratória que deu-se principalmente no inverno, fora da alta temporada de verão, podemos identificar outra notória e grande contradição factual: se nas favelas os sonhadores formam multidões, em Jurerê Internacional o dia-a-dia mostrou o fim dos sonhadores, ou os sonhadores deslocados de seus sonhos no viés dos favelados, porque não havia moradores caminhando pelas ruas em busca de quaisquer coisas ou surgindo por detrás de suas fofas cortinas nas janelas; pior e mais assustador, durante todo o inverno, era raro haver crianças brincando, nem correndo e nem paradas, ou fugindo da chuva ou umas das outras nas avenidas arborizadas; não havia uma alma aparentemente íntima a estas mansões ou familiar a estes espaços tão bem construídos, pensados, cuidados e floridos... O que havia permanentemente era um reino vasto, enorme e amplo de pura beleza artificial, sugerindo um perfume etéreo constante, mas sem ninguém para vivê-lo. Eis uma dimensão objetiva que a riqueza extrema me ensinou durante toda a pesquisa em campo: o deserto que ela produz.

Não há vida em Jurerê Internacional fora da alta temporada, porque os proprietários e suas famílias se estabelecem no círculo ativo da urbanidade, com endereços fixos nas grandes capitais do Brasil, espaços tradicionais dos ricos tradicionais e dos emergentes porque comportam

seus locais de trabalho, as escolas dos seus herdeiros, os teatros e casas de espetáculo e os clubes sociais. Eis então por que o paraíso é deserto.

2.2 Coerção: a antiga tática de um poder renovado, em todas as hierarquias

Para além desses aspectos espaciais, um fator desnudou-se de modo renovado, embora motivado e movido por ambições antigas: o espaço simbólico da dominação sutil e imperiosa, do poder exercido através da ameaça do desemprego, o que conhecemos por coerção. Exemplo desta tática convencional e ativa, a pesquisa retém arquivados os ofícios dirigidos a um dos *beach clubs* de Jurerê Internacional que, positivando sua ação restritiva e imperiosa, respondeu aos apelos de entrevistas com negativas vigorosas, alegando uso de “sigilo” no local de trabalho. Foi o único *beach club* que nos negou a recepção repetidas vezes ao longo dos meses desde a pesquisa exploratória até o campo, com as entrevistas em profundidade.

Ao longo do tempo, nossas tentativas foram inúteis, pois o empreendimento recusou-se a permitir que seus empregados – qualquer um deles, de qualquer nível hierárquico – estabelecesse contato formal ou informal conosco, alegando formalmente (via ofícios carimbados com a logomarca da empresa emitidos por e-mail) e sem quaisquer constrangimentos, que estes seriam prejudicados e sofreriam demissão, se houvesse quaisquer tipos de referências ou relatos envolvendo ou citando o *beach club*. A pesquisa obteve sucessivas respostas negativas, mesmo que repetidamente confirmasse, através de ofícios e em conversas, o interesse absoluto nos aspectos sociológicos e políticos do tema, reiterando que o foco não eram as dinâmicas, normatizações e processos de trabalho particulares a este *beach club*, mas as práticas dos agentes. Nada adiantou, e a violência simbólica e concreta – a ameaça de demissão dos funcionários – consumou-se.

Não foi a única unidade empresarial que se destacou na questão da coerção: diversos agentes demonstraram sofrer tal ação, não por parte de seus superiores, mas de seus iguais. Por exemplo, Libra (que não é efetivo, mas garçom freelancer permanente nos *beach clubs* e casas de espetáculo de Jurerê Internacional) e Cocheiro (cozinheiro efetivo de um *beach club*), depois de nos conceder as primeiras, longas e interessantíssimas entrevistas, logo nos dias seguintes demonstraram os efeitos do medo da coerção e tiveram uma dupla recusa: se recusaram a

nos reencontrar para continuação das entrevistas, e se recusaram a auxiliar no estabelecimento da rede (que iria nos fornecer o sistema de contatos para podermos acessar e entrevistar os profissionais que eles já conheciam). Como outros depois deles, Libra e Cocheiro alegaram que, tanto eles como seus colegas da profissão (garçons e outros tipos de funcionários), estavam com medo de serem demitidos, ou pior – com medo de nunca mais serem contratados de novo, caso se dispusessem a falar. Resultado: as entrevistas, que em um primeiro encontro produziam certa sensação de conforto intelectual e crítico e que por isso eram promissoras (porque possibilitavam reflexões sobre questões socioculturais mais profundas, significativas e por isso essenciais), não chegaram nesses casos a um segundo momento, pois a coerção estava presente por todos os lados agora, sem ordem hierárquica, calando os problemas estruturais das condições e disposições de trabalho que, por fim, encerravam o compromisso com “as verdades” de um garçom de *beach club* em Jurerê Internacional. Em respeito a esta disposição coercitiva que alguns estavam submetidos, a pesquisa aceitou as negativas e seguiu em frente com as entrevistas.

2.3 Sob os véus da distinção: os entrevistados estelares e as preciosas pedras que refundam a distinção à beira-mar.

Nesta pesquisa, cada *beach club* de JI será identificado por uma pedra preciosa e cada entrevistado, com o nome de uma constelação. Esta estratégia visa produzir dados relacionais, que substituam e assim protejam as identidades verdadeiras dos agentes pesquisados em campo com esta investigação sociológica.

A fundação destes nomes objetiva possibilitar a referência às casas pesquisadas (ou seja, cada *Beach club* de JI), e aos entrevistados nelas abordados nas entrevistas em profundidade. Abaixo, há a sistematização destes dados:

- a) cada *Beach club* será chamado pelo nome de uma pedra preciosa;
- b) cada pedra preciosa traz as representações de constelações de estrelas boreais, e cada constelação estelar corresponde a um entrevistado.

Faço duas associações:

- a) a primeira faz a associação baseada na direção e no sentido “ao norte”, do mapa celestial e do mapa geográfico, pois ambos os elementos, as constelações boreais e o território de Jurerê Internacional, localizam-se na direção norte (norte do mapa celestial, e norte da Ilha de Florianópolis);
- b) a segunda associação é com as constelações zodiacais (que são vistas tanto no hemisfério Norte como no hemisfério Sul) que na pesquisa correspondem aos entrevistados que já trabalharam e/ou trabalharão no *beach clubs* de Jurerê Internacional mas que, no período da investigação de campo, não mantinham vínculos empregatícios ou contratos com as casas da região.

Uma “*estrela*”, cientificamente falando, é um corpo celeste que produz energia devido à pressão interna que, através da fusão nuclear, transforma moléculas de hidrogênio em hélio, numa profusão de produção de calor; ela consegue se manter íntegra pela ação da gravidade, ou seja, sua estabilidade depende e infere das leis inter-relacionais que se estabelecem entre elas e cada objeto que as cerca, de modo que ele a afeta e é afetado por ela (cf SAGAN, 1980). Mas sua definição literal (que serve também como afirmação lírica) de “*estrela*”, por outro lado, produz a confirmação de que ela possibilita um poder amplo à humanidade ao constituir, no nosso mapa celestial, um ponto concreto de referência para nossa orientação no espaço físico terrestre e celeste, iluminando literalmente os rumos a seguir. Concordando com esta confirmação, a pesquisa se refere a cada entrevistado como a uma verdadeira constelação estelar que conserva seus próprios ritmos, elementos, dinâmicas, processos e dados.

Uma pedra preciosa, por sua vez, é um mineral, rocha ou material que é integralmente petrificado e que passa por processos específicos de polimento, corte e lapidação. Por seu caráter estético e social, sua importância histórica e cultural, uma pedra preciosa sintetiza e garante uma espécie de capital incomensurável e às vezes indispensável aos países, por exemplo, europeus ou asiáticos, cujas construções econômicas e simbólicas coexistiram e coexistem de modo simbiótico: o ouro, as pedras preciosas, os tesouros e as joias dos nobres, de seus ancestrais e herdeiros eram o grande trunfo e marcas dos seus reinados e reinos (terras e territórios políticos) e estavam presentes em seus trajes e objetos reais (coroas, correntes, alianças, taças, talheres, etc). Hoje, ainda podem ser encontrados em todos os tipos de governos (monárquicos, religiosos, aristocráticos, oligárquicos, democráticos etc.) pois as marcas da riqueza e da nobreza espiritual e social muitas vezes são vistas de

modo indistinguível ou inseparável (como se uma tipo de riqueza justificasse a outra), e pode por isso mesmo objetivar a sua própria indissolubilidade. Por isso, uma pedra preciosa adquire dimensão e dinâmica econômica e financeira, é utilizada desde sua produção, demanda e consumo essencialmente pelas elites de cada cultura.

A coleta de dados prestigiou informações de cunho profissional, social, pessoal (familiar), educacional e econômico, e foi obtida com entrevistas em profundidade. Dos cinco *beach clubs* a serem visitados pela pesquisa de campo, somente um recusou-se a nos receber; tal recusa foi contínua e a justificativa era essencialmente a mesma – nenhum dos empregados teria permissão para apresentar relatos de sua experiência e vida profissional. Para efeitos formais, aqui está a transcrição de um de seus e-mails de resposta às nossas intenções de pesquisa (que continha a logomarca empresarial do *beach club* com nomes e contatos de sua assessoria de imprensa):

Ali

Nossa diretoria não autorizou a participação da equipe na pesquisa, pois trabalhamos com bastante sigilo em relação às nossas estratégias e metodologias de trabalho.

Agradecemos o convite e desejamos sucesso no seu trabalho.

Att - xxxxx.com.br

(e-mail enviado em 28 de Agosto de 2012).

As entrevistas foram em sua maioria realizadas nos próprios beach clubs, em seus ambientes internos e externos, e tal escolha foi motivada pela necessidade de se recolher o máximo de dados sensíveis e subjetivos, como suas percepções, reflexões, memórias e emoções associadas ao ambiente e ao campo de trabalho que por si produz diariamente estes fatores. Dos 23 entrevistados dois casos foram realizados fora do território jurereriano, durante o período de pesquisa exploratória.

O campo por sua vez expôs dados que configuram um quadro relevante relativo a aspectos de gênero, faixa etária e etnia, em uma perspectiva sociológica sobre a ocupação na disposição do campo de trabalho (Quadro 1). O objeto de pesquisa foi formado por 23 entrevistados, em um espaço de tempo de dois anos.

**Quadro 1 – Características dos entrevistados quanto a gênero,
idade e etnia**

Gênero	Quatro mulheres aceitaram a entrevista em campo. Os 19 demais eram homens.
Idade	Dos 40 aos 55 anos havia quatro agentes (todos homens) Os demais tinham idade entre 18 e 38 anos.
Etnia	Na constituição total dos empregados dos beach clubs jurererianos, um era negro e quatro eram mulatos. Nenhum dos negros eram mulher. Os outros 18 eram brancos.

Para facilitar a compreensão e a articulação das entrevistas com cada entrevistado, fornecemos aqui quadros em que identificamos as fontes de dois modos: o primeiro, com uma síntese biográfica, por ordem alfabética (Quadro 2), e o segundo de acordo com a disposição de trabalho em cada *beach club* (Quadro 3).

**Quadro 2 – Síntese biográfica dos garçons de Jurerê Internacional
entrevistados em ordem alfabética**

Andrômeda - filha de um militar e uma psicóloga, é florianopolitana formada pela UNISUL em Gastronomia, é mãe e gerente do *beach club*.

Boieiro - paulista formado em arquitetura, é chefe de cozinha profissional há sete anos neste *beach club*

Cassiopéia – catarinense, jovem e pai de família com dois filhos, começou como garçom e hoje é mãe efetivo do *beach club*.

Cão Menor - carioca, é mãe e gerente do beach club local e das demais unidades de mesmo nome e empresa, fora e dentro do Brasil.

Cefeu – jovem gaúcho, garçom com contrato sazonal somente na alta temporada há dois anos; desistiu de estudar, mas quer fazer cursos de informática e profissionalizantes.

Cisne - catarinense, é proprietário de comércio de caminhões e pai de família recém-separado; é garçom exclusivo dos bangalôs somente durante o período da alta temporada há cinco anos.

Cocheiro – paulista, é cozinheiro e sushiman. Separado, tem uma filha pequena que mora com a mãe em São Paulo. Iniciou na profissão na Suíça, quando trabalhou como ajudante de cozinha e garçom; voltou ao Brasil e em Florianópolis formou-se em curso do SENAC, e hoje é cozinheiro efetivo do beach club.

Coroa Boreal – paulista, proprietário de empresa de contratação de serviços (contrata garçons e os direciona para eventos), é garçom exclusivo da praça dos bangalôs de frente para o mar, há cinco anos, somente durante a alta temporada.

Dragão - empresário paulista, é um senhor de mais idade que abandonou a faculdade de engenharia mecânica ainda jovem e hoje conclui o curso no IFSC/CEFET no setor de serviços; trabalha de garçom no beach club para adquirir experiência na área.

Girafa – paulista, é gerente patrimonial do beach club que tem matriz no Guarujá, em São Paulo; também atende e serve nas praças do salão e não mantém uma distinção hierárquica aparente no beach club, embora seja gerente.

Golfinho – catarinense formado pelo SENAC no curso de Sushiman, é garçom da areia no beach club somente durante a alta temporada há três anos, e trabalha como Sushiman freelancer o resto do ano.

Hércules – catarinense, garçom do beach club

Lagartixa – gaúcho, é jornalista e trabalha há dois anos em um projeto federal de Cinema itinerante o resto do ano; trabalha como garçom somente durante o período da alta temporada no beach club há cinco anos, e já conheceu outros países em viagens de cruzeiros em que trabalha como garçom.

Leão – gaúcho, professor de cursos do setor de prestação de serviços (das áreas de Gastronomia e Turismo), é eventualmente contratado para ministrar cursos de capacitação oferecido pelo SHBR; é garçom e co-fundador do Sindicato de Barman.

Leão Menor - curitibano, é garçom na capital do Paraná há anos e esta foi a primeira vez que trabalhou em um beach club em Jurerê Internacional

Libra – catarinense, é filho de um astrônomo; abandonou a faculdade para trabalhar de garçom e viajar pelo mundo; é tecelão, já viveu em outros países, e sonha em fundar e manter sua própria e autônoma comunidade agrícola.

Lince - paranaense, a jovem mora com sua colega de profissão do beach club, Lira. É garçonete e sonha com o seu namorado (que é motoboy) em ter o próprio negócio também na área (bar ou restaurante).

Lira - Jovem gaúcha solteira, entrou na profissão por oportunidade e hoje está efetiva no quadro de funcionários do beach club; é freelancer nas horas vagas em restaurantes e bares do centro da capital de Florianópolis.

Pégaso – catarinense, é casado e começou como garçom na mesma empresa em que ascendeu profissionalmente; convidado pelos diretores, assumiu a função de gerente e maitre desde a fundação do beach club em Jurerê Internacional.

Perseu – paulista, é estudante da faculdade de Design de Interiores do IFSC/CEFET, o jovem paulista é garçom contratado somente durante os períodos de alta temporada há quatro anos no beach club.

Raposinho - catarinense, formado em Gastronomia, trabalha há quase uma década em locais distintos da Ilha de Florianópolis (Costão do Santinho, etc). Casado, tem uma filha; ele e a esposa esperam fazer concurso público e abandonar o setor.

Triângulo – argentino, trabalha como garçom, mas já foi produtor de eventos e gerente de negócios em Buenos Aires; sua esposa trabalha no mesmo beach club e no período da entrevista a pequena filha deles ainda estava na Argentina.

Ursa Maior - catarinense, seu irmão é sommelier e objeto de sua inspiração; é garçonete no beach club, e pretende aprender mais sobre a profissão, estudar e formar-se na área de serviços gastronômicos.

Quadro 3 – Garçons de Jurerê Internacional entrevistados em associação com os *beach clubs* em que trabalham

Beach Club	Entrevistados
QUARTZO	Cocheiro Boieiro Girafa Cão Menor
TURQUESA	Cassiopéia Cefeu Lagartixa Coroa Boreal Cisne Golfinho Leão Menor
SAFIRA	Andrômeda Hércules Dragão Ursa Maior Raposinho
PÉROLA	Pégaso Lira Perseu Lince Triângulo
<p>- Libra – garçom freelancer.</p> <p>- Leão – professor do curso de Garçom e áreas afins. Garçom e mître freelancer.</p>	

2.4 Conjunto de elementos de análise da distinção

Em sua vertente metodológica pragmática, a pesquisa pretende investigar a composição do *habitus* de classe a partir do conjunto de elementos apontados pelo gosto e das preferências identificadas empiricamente e observadas durante os eventos da relação social das

classes A e C. A esta sistematização temático-analítica chamaremos de “**conjunto de elementos analíticos da distinção**”.

Entre os elementos de discurso aqui elencados para análise da distinção no espaço social do complexo dos *beach clubs* em Jurerê Internacional, estão *Corporeidades*, *Rostificação* e *Vestimentas*, que em comum conflagram um sistema estético da ordem das relações distintivas quanto a aparência, preferências e capacidade econômica dos agentes se autor-representarem através de dispositivos e escolhas sociais, como roupas, estilos, capacidade de expressão e conduta. Já o elemento chamado *Compensações* reúne três fenômenos imanentes ao campo de trabalho jurereriano que irão prover aspectos peculiares para análise sobre as relações político-sociológicas; os três fenômenos analíticos são: *Gorjeta*, *Marcas do Midiático*, e *Troféus*, e estes são referências específicas à produção da disposição de permutas e/ou concessões de capitais e de poderes simbólicos específicos, concessões recorrentes entre os agentes que ocupam uma posição de oposição e de interdependência no espaço social e no campo jurereriano (garçons e clientes, patrões e garçons, etc). As compensações apontam para a evidência de um modo de como o poder simbólico atua sobre as relações sociais neste contexto de mundo de trabalho específico, perguntando-se se a mídia e certas estratégias sociais (tradicionalmente ou não) corroboram a existência de uma realidade paradoxal que comporta contradições culturais, sociais e econômicas marcantes, que no entanto são fetichizadas pelas relações sociais e de trabalho que dão-se no complexo dos *beach clubs*.

Durante a pesquisa empírica, os elementos analíticos foram considerados representações simbólicas das lutas em campo, como modo com que a estrutura objetiva (socialmente construída) e a estrutura mental (que envolvem os valores e crenças estabelecidas e/ou mobilizadas pela estrutura objetiva) se conformam e se ajustam com suas próprias resistências e resoluções no campo jurereriano. Nas entrevistas, os garçons foram eventualmente sugeridos ou questionados de modo espontâneo e de acordo com o calor das conversas, para que houvesse maior liberdade de recuperação das memórias (de eventos ou dados estéticos ou éticos mais marcantes para cada garçom a partir de sua experiência peculiar) e percepção; já na formulação do roteiro de entrevista (ver *Apêndice*) os elementos distintivos foram ser minimamente citados, pois se esperava que as questões conduzissem a dados relativos à constituição da produção de seus capitais, por assim dizer (especialmente seus capitais culturais e econômicos).

Capítulo 3

O CONTEXTO E AS DISPOSIÇÕES DO CAMPO

O trabalho servil em Jurerê Internacional contemporâneo e seus pontos de familiaridade e de estranhamento

Neste capítulo, observamos a distinção de aspectos peculiares próprios do contexto e do campo de trabalho nos *beach clubs* de Jurerê Internacional. Nas entrevistas, observamos propriedades relativas ao tipo de trabalho, à jornada, ao tipo de contratação, à remuneração e às condições de trabalho.

Dos quatro *beach clubs* contemplados na pesquisa, dois mostraram priorizar as suas qualidades gastronômicas: Quartzo e Safira. Já os *beach clubs* Pérola e Turquesa apresentaram prioridade a eventos de grande porte, nos quais promovem alto número de vendas de bebidas e de porções rápidas de petiscos. Com exceção do *beach club* Safira, que prioriza seus ambientes internos com música pré-gravada ambiente, os demais possuem grande movimentação diária, têm música ambiente pré-gravada e eventualmente nos fins de semana há shows com artistas locais, nacionais e internacionais nos salões internos, que ecoam à beira do mar.

Em cada *beach club*, o número de frequentadores diários na alta temporada varia, entre as 10h e as 16h, de 800 a 1500 pessoas que entram e consomem; a grande maioria dos frequentadores consome e permanece na praia, mas no território do *beach club* escolhido, consumindo bebidas e alimentos, ouvindo música e dançando, mergulhando e se bronzeando o resto do dia. Garçons “da areia” servem a maioria dos clientes na beira do mar e dentro dos *beach clubs* também. Os garçons restritos aos espaços internos e aos bangalôs trabalham há anos durante as altas temporadas nos *beach clubs*; estes são ambientes caríssimos, e são selecionados por clientes privilegiados que têm vista para a praia e para a clientela como se estivessem em um trono. Os garçons dos bangalôs recebem gorjetas diárias que podem triplicar seus salários na renda mensal.

Quanto ao tipo de trabalho, as funções dividem-se em quatro. O *garçom* (ou *garçonete*) é exclusivamente responsável por atender e servir as praças do salão (espaços internos e externos dos *beach clubs*). O *mâitre* supervisiona o serviço dos outros garçons, mas também atende e serve nas mesas das praças; o *garçom pau pra toda a obra* atende, serve

no salão, executa serviços internos como serviços de manutenção e pequenos consertos, carregamentos, estoques, etc. O garçom *privê* atua por contrato eventual e verbal, para atender e servir os salões de festas e eventos sociais, empresariais, artísticos, políticos, familiares ou particulares.

As jornadas de trabalho são intensas. Geralmente, são 12 horas de trabalho diário, com uma folga semanal que em geral e por tradição ocorre às segundas-feiras; o garçom deve estar no ambiente de trabalho às 09h e trabalhar até as 15h; há casos em que os garçons intercalam entre si os horários de almoço (entre 30 minutos e uma hora); o garçom volta às 16h e trabalha até as 22h. Além disso, pode haver jornadas com horas extras de trabalho noturno (ou enquanto houver movimento noturno no *beach club*) principalmente entre as noites de quarta ou quinta-feira até as madrugadas de sábado e a manhã, tarde e noite de domingo. Os que atendem e servem os salões em eventos privados trabalham de quatro a cinco horas em um dia do fim de semana. Em um *banco de horas* deve constar o registro formal das horas extras trabalhadas de cada funcionário com vistas à remuneração extraordinária pelo tempo trabalhado fora do acordado pelo regime de lei, podendo ser ou período e dias de folga, ou pagamento em dinheiro.

A contratação é predominantemente *sazonal*. Este campo de trabalho estabelece e forja a existência e a necessidade da oferta de contratos temporários, de prazo determinado por lei, sem que exceda 90 dias, em que a assinatura da Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS) não é um recurso nem critério legal determinante, predominante ou influente. Na *contratação sazonal (ou contrato por tempo determinado)*, o garçom só atuará no *beach club* durante o período da alta temporada (estação do verão, e coincidentemente o período tradicional no Brasil de férias escolares). Sua principal característica é a ordem de contratação verbal em que somente recibos ou notas comerciais são emitidos dos dois lados (recibo do contratado e/ou recibo do contratante), que nem sempre garantem valor legal, mas detêm valor simbólico e para fins de efeitos legais, porque asseguram a representação da existência e do caráter da prestação do serviço. Pode apresentar eventualmente a assinatura da Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS) por oferecer contratos sazonais (com duração de no máximo 90 dias ou três meses), e caracterizam o tipo de contrato para experiência de serviço em que é inexistente o prazo de prorrogação ao contratado. Os salários podem ser semanais, quinzenais ou mensais e tal modalidade varia conforme o acordo entre as partes.

Nos casos de *contratação do efetivo*, ocorrem seleção e contrato em caráter definitivo com registro após o período de experiência de três meses (90 dias) no ambiente de trabalho (para fins de adaptação no local e verificação do cumprimento das exigências de trabalho). O prazo é indefinido, sua ocorrência é de modo fixo (em um local propício e viável, e que apresenta características de trabalho repetitivo), estabelece a garantia de uma folga diária por semana, e descanso em um domingo por mês. Mediante a assinatura da Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS) do contratante, assegura na forma de lei a ciência da legitimidade de todas as garantias e direitos legais de trabalho do garçom, estando sujeito às punições previstas. Neste tipo de contrato, recebem destaque os contratos dos gerentes e subgerentes, maitres, chefes de cozinha e os cozinheiros. Por fim, a *contratação por evento* é viabilizada por um acordo verbal, e pode ou não apresentar emissão de recibo ou nota. Sua forma de pagamento distingue-se dos salários mensais, semanais e das gorjetas, e é conhecida como “cachê” (em função da prestação de serviços ocorrer de modo privado e unitário).

A pesquisa mapeou as formas de pagamento dispostas através de acordos e ajustamentos das disposições entre as partes (contratante e contratado) e entre os iguais (garçons e funcionários dos *beach clubs*). Estas disposições combinam salários, comissões, pontuações e caixinhas.

Comissão é pagamento de benefício extra em espécie (dinheiro), realizado semanalmente e independente da remuneração salarial; caracteriza uma premiação em reconhecimento aos esforços do funcionário para além do trabalho acordado e previsto. Concretamente, objetiva fomentar a produção dos funcionários, visando aumentar os lucros dos proprietários. O pagamento comissionado pode duplicar o trabalho efetivo do contratado (sazonal ou fixo), comprometer princípios éticos ou códigos de conduta dentro da ação da prestação dos serviços, e caracteriza possível aumento da produção com a ampliação do lucro somente para uma das partes (o contratante).

Pontuações são as comissões de cada funcionário que, após serem somadas, são divididas em “pontos”; os pontos correspondem ao pagamento em dinheiro feito a funcionários, que se somam às comissões que recebem por igual, e subdividem o total para pagar por setores, hierarquicamente construídos, e de acordo com a qualificação, a capacitação e a habilitação de trabalho de cada um. Cada funcionário nesta modalidade de remuneração deve estar concentrado por setor, conforme a organização de cada restaurante ou beach club.

Nas *caixinhas*, há distribuição (hierárquica ou por igual) do total da soma de todas as gorjetas atribuídas a todos os funcionários. Também pode vir a representar o total recebido de gorjetas por um só garçom, pelo período de trinta dias de trabalho.

Entre as principais condições de trabalho dos *beach clubs*, a condução cotidiana de disposições para o garçom e funcionários afins (mâitres, chefes de cozinha e cozinheiros) expõe a violência simbólica de uma autoridade que os submete a uma sobrecarga de serviços, além do atendimento aos clientes e às mesas. Na maioria dos *beach clubs*, embora estes se caracterizem como locais de entretenimento, alimentação e ingestão alcoólica moderada ou livre, os funcionários são proibidos de se alimentar no salão ou nos ambientes do local em quaisquer períodos do dia de trabalho. Na ausência de faxineiras no local, os próprios garçons devem prover a higiene e executar a limpeza nos salões e praças internos e externos, nos banheiros e lavabos dos *beach clubs*. Na ausência de profissionais de serviços de conserto e de manutenção física do local, os garçons devem executar os consertos, viabilizar e fiscalizar a manutenção de estoques de alimentos e de bebidas. Têm também que executar e garantir a retirada dos objetos e acessórios decorativos ou utilitários de mesa, limpá-las ou higienizá-las.

Os garçons têm que manter e se responsabilizar pela beleza da apresentação de mesas, objetos e acessórios decorativos e utilitários em sua praça, e/ou em cada praça do salão. Estão proibidos de conversar uns com os outros durante o trabalho. Tampouco podem sentar em qualquer lugar do salão: devem se manter permanentemente de pé, circulando e fazendo a ronda para fiscalizar os pedidos e verificar as necessidades aparentes dos clientes nas praças do salão. Os garçons são proibidos de dirigir o olhar ao cliente, sob o risco de produzir um desconforto, ou uma sensação de mal estar e constrangimento para o cliente. Não devem iniciar ou desenvolver um diálogo com os clientes. Têm que obedecer às ordens e pedidos dos clientes, sem jamais contradizer ou replicar em resposta ao cliente: este é o *ethos* aplicado à sua *hexis* habitual, e origina-se nos códigos de etiqueta normativos do trabalho servil das sociedades de corte europeias.

Os garçons têm que manter a vigilância sobre a circulação, a entrada e a saída dos clientes e conduzi-los pelo salão. Têm que garantir e executar o registro especificado e a cobrança correspondente de cada produto requisitado e consumido pelo cliente, receber o pagamento e responder às dúvidas relacionadas à cobrança de valores e taxas de serviços pelo *beach club*. Os garçons têm que se manter aptos a prever e a atender qualquer necessidades dos clientes.

Estas constatações foram verificadas repetidamente em campo, desde a pesquisa exploratória até as entrevistas, indicando que tais competências são estruturas não formais, mas condicionantes e convencionais e provavelmente determinantes para que tais empregos sejam ocupados. Neste tipo de trabalho, reconhecido de início por ser estética e procedimentalmente servil, o pacto de um trabalhador garçom contemporâneo reproduz o pacto de um garçom de uma sociedade de corte europeia, guardadas as devidas proporções. A demanda de exigências formais e informais, atitudinais e procedimentais se equiparam e correspondem quase que aos mesmos fins – que seriam, final e essencialmente, atender e servir aos pedidos e desejos de outros, mas que revela como pano de fundo a execução de tarefas de todos os tipos, desde limpeza até a manutenção, dentro de um ambiente produtivo.

Recordações quanto ao mercado de trabalho, sobre as condições físicas e emotivas deste labor específico, são lembranças muitas vezes problemáticas, pois colocam em xeque parte das concepções éticas, morais e religiosas dos garçons entrevistados. O acúmulo das lembranças mais marcantes havia produzido muitas reflexões que estavam pela metade e eram mantidas em silêncio; tais memórias guardavam o confronto entre os princípios éticos e morais dos garçons (e trabalhadores afins) e os princípios práticos dos clientes ricos e milionários. Para que não se perca a força dos relatos, os preservei íntegros, restringindo os recortes ao absolutamente necessário às falas de cada um.

Neste capítulo (assim como em outros pontos da dissertação), utilizamos a expressão “resquícios do feudalismo” com o objetivo de constatar evidências materiais e imateriais que apontam para a impregnação, em Jurerê, de traços do feudalismo, modo organizado de sociedade em que os nobres (herdeiros ou emergentes) mantêm uma relação com o trabalhador servil em troca de sua proteção territorial (promessa de trabalho, de subsistência e prosperidade no local). Para tanto, temos que compreender certas condições e contextos específicos que constituem e participam do sistema feudal, segundo Gomes (2008):

A servidão e a escravatura caracterizam-se por duas semelhanças essenciais: os servos e os escravos herdaram o estatuto dos seus pais e transmitem-nos aos filhos; ausência total de liberdade pessoal. Porém, tudo as distingue quando se analisam as relações de produção ou as imunidades e os direitos de que gozam uns e outros. O servo era um trabalhador adstrito ao cultivo de terra alheia (...). Embora não sendo escravo, o servo mantém-se

submetido a uma dura exploração e a uma série de obrigações de caráter social que limitam a sua liberdade de tal maneira que nem o produto do seu trabalho, nem a sua força de trabalho são objeto de troca livre. O trabalho servil é uma obrigação imposta por uma força coerciva apoiada pelo costume (...). A produção do servo ultrapassava a dos escravos (...). Os donos dos domínios senhoriais procuravam assegurar a renda máxima possível, deixando aos servos apenas o suficiente para sobreviverem. O tempo de trabalho do servo decompõe-se assim em duas partes: o tempo necessário para criar o produto indispensável à sua própria existência e da sua família e o tempo adicional para criar o sobreproduto sob a forma de prestação de serviço ou renda paga em espécie ou em dinheiro. O sistema de relações na servidão baseia-se na existência de grandes domínios agrários, pertencentes à aristocracia, que permitem aos seus donos explorar os camponeses (...). As características econômicas deste processo foram idênticas em toda a parte: apropriação do domínio territorial; transformação de alguns escravos em servos; possibilidade de produzir um excedente de que os senhores se apropriam sob a forma de renda do solo; prestação duma corveia, sob a forma de trabalho no domínio senhorial, durante alguns dias da semana ou quando o senhor assim o entenda (...). Com o enfraquecimento do campesinato, os antigos servos passaram a constituir um proletariado sem terra, muitas vezes obrigados a trabalhar para os latifundiários ou indústrias locais, nominalmente com um contrato salarial livre. (Gomes, 2008, p. 167-168).

O feudalismo ocidental (organização política, econômica e social fundada em sistemas monárquicos e cujas bases são as relações de suserania e vassalagem) está impregnado no campo, dominando os espaços em sua forma valorativa, ética e física, no que diz respeito ao cotidiano da relação patrão-empregado. Aqui conseguimos constatar a impregnação velada deste sistema neofeudal como um dos mais fortes *habitus*, indizíveis em todas as suas dimensões, pois aquilo que séculos atrás se concebia como fato acordado (normativa e valorativamente) hoje constitui o objeto maior de nossa investigação, a saber, a sua indizibilidade.

Aparentemente, a modernidade aboliu as *estruturas objetivas* do trabalho servil. No entanto, estamos falando no momento de *estruturas*

mentais (todo um conjunto herdado e transmitido de crenças, princípios valorativos e normativos que orientam e condicionam as condutas) *que são incorporadas* – na forma de *habitus* – que constituem, articulam, dinamizam e justificam inconscientemente e conscientemente estas estruturas objetivas, e que por trás dos regimentos e esquemas regulamentares do trabalho servil (hoje classificado como setor da prestação de serviços) reproduz-se incondicional e ininterruptamente em todo o seu caráter subjetivo e ainda agregado às necessidades ocidentais do ofício. Como tal, o trabalho servil flui no cotidiano, carregando seus traços dominantes: aquela “rigidez natural” que se encontra, por exemplo, nos filmes (não só europeus) em que na história transita como “figurante” (salvo raríssimas exceções, nunca como protagonista) o típico mordomo inglês, cuja marca é universal porque expõe características não só convencionais, mas tradicionais deste profissional servil e que outrora atendia a específicas elites políticas e econômicas. Bourdieu nos ajuda a compreender:

O *habitus* é uma capacidade infinita de engendrar em toda a liberdade (controlada) produtos – pensamentos, percepções, expressões, ações – que sempre tem como limites as condições historicamente e socialmente situadas de sua produção, (...). (Bourdieu, 2009, p. 91).

Tais características constituem, no garçom, esta breve descrição de um ethos corporal radicalmente peculiar: o comportamento inflexível em resistência a atitudes mais liberais ou uma ação descortês; o corpo ereto, compenetrado, firme e objetivo em suas ações; a conduta irrepreensível que sugere sua infalibilidade e que é assegurada pelo silêncio subserviente permanente; a comunicação absolutamente necessária e restritiva, etc. Este ethos corporal corresponde às suas origens, nas relações escravagistas e/ou servis de trabalho, mas certamente fundamenta-se em um uso que reproduz as necessidades dos ajustamentos exigidos por um aparente senso prático, como aponta Bourdieu:

O senso prático, necessidade social tornada natureza, convertida em esquemas motores e em automatismos corporais, é o que faz com que as práticas, em e por aquilo que nelas permanece obscuro aos olhos de seus produtores e por onde se revelam os princípios transsubjetivos de sua produção são sensatos, ou seja, habitados pelo senso comum. É porque os agentes jamais sabem

completamente o que eles fazem que o que fazem tem mais sentido do que imaginam. (Bourdieu, 2009, pp. 113).

Bourdieu irá penetrar nas causas desse senso prático. O autor oferece uma explicação detalhada dos processos e habilidades relacionais que predispõem os agentes à incorporação de um ethos corporal, que, em nosso caso, corresponde às necessidades da cultura servil ocidental e cortesã, em que

(...) toda a ação histórica **põe em presença** dois estados da história (ou do social): a história no seu estado objetivado, que dizer, a história que se acumulou ao longo do tempo nas coisas, máquinas, edifícios, monumentos, livros, teorias, costumes, direito, etc., e a história no seu estado incorporado, que se tornou *habitus*. Aquele que tira o chapéu para cumprimentar **reactiva**, sem saber, um sinal convencional herdado da Idade Média no qual, como lembra Panofsky os homens de armas costumavam tirar o seu elmo para manifestarem as suas intenções pacíficas. Essa atualização da história é consequência do *habitus*, produto de uma aquisição histórica que permite a apropriação do adquirido histórico. (...) A relação com o mundo social não é a relação de causalidade mecânica que frequentemente se estabelece entre o meio e a consciência, mas sim uma espécie de cumplicidade ontológica: quando a história que frequenta o *habitus* e o **habitat**, as atitudes e a posição, o rei e a sua corte, o patrão e a sua empresa, o bispo e a sua diocese, é a mesma, então é a história que comunica de certo modo com ela própria, se reflete nela própria, se reflete ela própria. A história “sujeito” descobre-se ela mesma na história “objeto”; ela reconhece-se nas sínteses passivas, antepredicativas, estruturas estruturadas antes de qualquer operação estruturante ou de qualquer operação linguística. (Bourdieu, 2010, p. 82,83).

Também temos estabelecida uma verdadeira classe de *habitus* – ou classificação de categorias dos conhecimentos, valores, afinidades, gostos e perspectivas de percepção de agentes que “optam” pela pertença a esta categoria. Para entendermos melhor o que isto quer dizer, Bourdieu (1996) explica:

A cada classe de posições corresponde uma classe de *habitus* (ou de gostos) produzidos pelos condicionamentos sociais associados à condição correspondente e, pela

intermediação desses *habitus* e de suas capacidades geradoras, um conjunto sistemático de bens e de propriedades, vinculadas entre si por uma afinidade de estilo. (...) Uma das funções da noção de *habitus* e a de dar conta da unidade de estilo que vincula as práticas e os bens de um agente singular ou de uma classe de agentes (...). Assim como as posições das quais são o produto, os *habitus* são diferenciados; mas são também diferenciadores. Distintos, distinguidos, eles são também operadores de distinções: põem em prática princípios de diferenciação diferentes ou utilizam diferenciadamente os princípios de diferenciação comuns. Os *habitus* são princípios geradores de práticas distintas e distintivas - o que o operário come, e sobretudo sua maneira de comer, o esporte que pratica e sua maneira de praticá-lo, suas opiniões políticas e sua maneira de expressá-las diferem sistematicamente do consumo ou das atividades correspondentes do empresário industrial; mas são também esquemas classificatórios, princípios de classificação, princípios de visão e de divisão e gostos diferentes. (...) (Bourdieu, 1996, pp. 21, 22).

A classe de *habitus* a que estamos nos referindo – do profissional garçom – pode ser imediatamente identificada devido à situação estática de sua própria condição de classe – teleologicamente servil e submissa às vontades de outrem, pois

O mundo prático que se constitui na relação com o *habitus* como sistemas de estruturas cognitivas e motivadoras é um mundo de fins já realizados, modos de emprego ou de movimentos a seguir, e objetos dotados de um caráter teleológico permanente. (...) isso porque as regularidades inerentes a uma condição arbitrária (...) tendem a aparecer como necessárias, até mesmo naturais, pois estão no princípio dos esquemas de percepção e de apreciação por meio dos quais são apreendidas. (Bourdieu, 2009, pp. 88).

Especialmente com esta classe de *habitus*, evidencia-se a permanência dos mesmos aspectos normativos e valorativos no cotidiano deste profissional há séculos, de modo que tal ofício não sofreu uma alteração significativa em sua ordem substancial, nem em suas disposições essenciais ou sensíveis, permanecendo-se estático dentro de sua estrutura objetiva, reconfigurada ao longo da história. Podemos admitir que este profissional continua servindo, do mesmo modo que servia séculos atrás, aos critérios e necessidades de uma sociedade

monárquica ocidental e de corte (cujo conjunto de interesses, recursos e estratégias eram estabelecidos e mobilizados de acordo com a estrutura social, cultural, política e econômica de cada época). Hoje o ofício, inalterado em sua ordem substancial e subjetiva, objetiva a todo custo atender de igual modo na sociedade capitalista global como servia no feudalismo: serve aos mesmos tipos de interesses essenciais, como à promessa de proteção (ou o próprio emprego que é seu modo de subsistência), em troca dos mesmos tipos de recursos (ambiente de laboro e capital em espécie), e viabilizando-os com os mesmos tipos de estratégias (atenção e atendimento constante, assistência e execução de serviços não discriminados e acumulatórios no ambiente de trabalho, como limpeza e higienização local, transporte e estocagem de produtos, conserto e manutenção emergencial no local, e ainda a apresentação, o atendimento, as entregas e a finalização dos pedidos nas mesas das praças e dos salões dos *beach clubs*).

Temos aqui uma relação de trabalho indizível, que busca fugir por todas as vias da observação empírica e que, mesmo quando dita, é impotente, tão imperioso é o poder de sua violência simbólica que hoje se realiza nesta relação – a saber, patrão e empregado do setor de prestação de serviços. Este é o lócus em que as ciências sociais devem procurar atuar, segundo Bourdieu e de acordo com Bachelard (1996, p. 18), pois, mesmo que o não-dito seja exposto e explorado, nem isso bastaria, porque “*diante do real, aquilo que cremos saber com clareza ofusca o que deveríamos saber*”. É com isto em mente que começamos a apresentar nossa pesquisa, com uma seleção e recortes das entrevistas sobre o contexto e o campo de trabalho.

3.1 Paradoxos do campo: resquícios do feudalismo

Para boa parte da amostra dos entrevistados, “*o ofício é bom, mas o campo é minado*”. As histórias de vida, num prisma bidimensional – vida pessoal e vida profissional –, produzem uma visão míope da disposição sócio-profissional, em que só é possível enxergar a disposição do campo dentro do próprio contexto e não para além (raríssimas vezes foram evocados pelos entrevistados a história formal da profissão ou os seus caracteres originais para refletir ou comparar condições de vida e de trabalho atuais com as condições culturais e econômicas anteriores). Tal miopia traduz a dupla e delimitada significação sobre o ofício: o ofício é bom no sentido de constituir uma ação profissional generosa, de ato

teleológico de servir alguém; e é bom no sentido causal de produzir a satisfação de outrem. Mas o campo é minado, ou seja: é um campo econômico que predispõe os agentes a uma colisão constante com a instabilidade salarial e de carreira, devido à (des)regulamentação do ofício. O campo, minado, cede a concepções paradoxais, pois é normativo e valorativamente carregado de ambiguidades e de sentidos dúbios – como por exemplo a insegurança econômica com a qual se esconde, na forma do discurso religioso de boa fé, o ato de trabalho servil. Tal colisão é desproporcional (e bem menor, posto que não afeta nem mobiliza instituições sindicais do setor) a sua grandeza absoluta, neste contexto histórico contemporâneo, na forma da ausência de direitos, benefícios e garantias de trabalho.

Dragão, o primeiro gartçom/mâitre a nos falar de sua experiência no campo, afirma que o ofício de garçom resulta em um extremo paradoxo profissional; ele compreende que o campo é “minado” – ou seja, além da monstruosa fragilidade regulamentar e profissional, o ofício exclui quaisquer possibilidades de reflexão e de mudanças.

(P) O Senhor é maitre, é garçom, e estuda no IFSC, então? Sim, sou. Fiz um monte de cursos na área de Hospitalidade, certo? (...) Eu sempre fui gestor dessa área, eu sempre estive gerindo os negócios, eu sempre fui sócio, proprietário, diretor de empresas dessa área da hospitalidade (...) mas nunca no chão da fábrica. (...) Aí o que acontece? Eu como empregado achei essa oportunidade de estar justamente pra ver como é o outro lado, então eu sempre trabalhei no comércio, só não estive dentro de padaria e farmácia, o resto eu já trabalhei praticamente em tudo, por conta até do meu pai. Meu pai é italiano, veio pro Brasil no final dos anos cinquenta, logo depois da guerra, e se estabeleceu aqui. Meu pai era engenheiro mecânico, teve indústria mecânica, tudo, e depois acabou indo, partindo pra esse lado do comércio (...). Aí teve casas de café, meu pai foi o primeiro a trazer para o Brasil aquelas máquinas de café expresso, que hoje em dia é tão popular. Meu pai foi o primeiro a introduzir isso em 1957... Não, foi em 59, por aí, no Brasil, em São Paulo, na galeria Califórnia. Eram máquinas italianas muito grandes, não eram automáticas (...). Pra se poder lavar a louça das xícaras tinha uma esteira rolante, as pessoas que serviam do outro lado do balcão colocavam as xícaras pra poder dar conta, pra elas poderem ir pro setor de lavação. Então variam de três mil cafés descafeinados,

os expressos (...). Aí teve restaurante, churrascaria, lanchonete, hotel, motel, posto de gasolina, eu já tive loja em shopping, franquia em shopping, eu sei lá. No comércio eu já fiz quase tudo (...). Primeiro por conta do sonho do meu pai, que teria que trabalhar. Ele queria que eu trabalhasse e estudasse, eu fiz engenharia também. Acabei não me formando, fiz até o quarto ano. (...) Eu gosto da área, dessa área de entretenimento, gosto da área da hospitalidade. (...) **(P) E o que o Senhor acha dessa experiência?** Acho que é muito frustrante pra quem tem estudos, pra quem se dedica a estudar nesse ramo, certo? (...) Não existe um reconhecimento financeiro, essa é a primeira coisa, porque se a gente parar pra pensar, nós que estamos nesse ramo da hospitalidade, do entretenimento em geral, vivemos à contramão do mundo. (...) Ou seja, quando todos estão trabalhando você está descansando. Quando todos se propõem a descansar, a se divertir, você tem que estar trabalhando forçosamente, então, certo? Isso é o menos de quem quer exercer essa profissão, certo? (...) o Brasil tem, existe uma cultura de quem trabalha pra servir está pelo menos um degrau abaixo de quem é servido, independente de quem seja, certo? É uma cultura serviçal. É uma cultura que vem de mil e nada, menos de mil anos, imposta pelos portugueses, seja lá quem for, certo? Serviçal. Tanto que eu aprendi na vida que, antigamente (...), quando eu ia no bar com meu pai eu me lembro muito bem que o gerente estava sempre num estrado 20 centímetros, 15 centímetros acima, certo? Pra se posicionar, certo? Pra ter um degrau de destaque, certo? E infelizmente isso se arraiga no povo. (...) É completamente diferente de São Paulo. Nem sei se to falando de São Paulo, mas vamos supor cidades que independem de sazonalidade, de temporada, de frio, e de sol, e de chuva (...), não tem esse tipo de problema. Mas cidades tipo Florianópolis que dependem da sazonalidade, nesse ramo de entretenimento e de lazer, as pessoas vem pra cá por conta do quê? Pra vir pra praia, que não sei o quê, mas em termos culturais, você vai me desculpar, mas são muito poucas as opções que você tem, certo? É muito pouco explorado. Então o que acontece, o gestor fica entre a cruz e a caldeirinha, certo? Na temporada eu preciso de dez, certo? Termina a temporada eu preciso de dois, certo? Então, esse ciclo faz com que você nunca tenha colaborador que vista a camisa, colaborador que sabe que se chover pode contar com você, colaborador que sabe

que se não tiver movimento vai receber o salário. (...) Acontece que qualquer um vira garçom, qualquer um “não sei o quê”, ou seja, eu “estou” garçom, eu não “sou” garçom, certo? (...) porque eu não tenho outro emprego, porque eu perdi o emprego, ou porque aqui eu achei que ia me dar bem, porque é temporada (...). é fácil carregar uma bandeja, muito pelo contrário; essa é a grande lei do engano, certo? Por que escuta: qual é o ser humano que quer trabalhar na contramão do mundo e não receber nada? (...) Mas claro, você tá de garçom servindo um prato bonito, você vê irrisórios, não é verdade? A pessoa que tá te servindo vai comer com satisfação, então essa é a teoria, certo? Só que daí você chega: “- quê que você tá comendo? Você já experimentou aquele filé mignon? -” (...); ele vai olhar assim: “- Ele comendo filé mignon e eu lá em casa tendo que bater um arroz com feijão, tendo que pegar marmitta -”, eu percebo. (...) Isso é muito ruim. E isso vai um dia, dois dias, três dias, quatro dias... querida, não tem cristão que aguente, certo?(...) Então fica nesse universo, o gestor precisando de gente qualificada pra trabalhar e dizendo que não existe, e a mão-de-obra qualificada falando que não tem gestor valorizando aquilo que você tem. (...) Olha eu já fui casado, estou no quarto casamento agora. (...) Ela é gerente de uma pousada (...). Na realidade, quando a gente tem esse jeito de trabalhar, e ela trabalha não como garçom mas gerente de hospitalidade, mas também tem esses horários horríveis que não fecha, então é pior, é 24h e 365 no ano ou 366, dependendo se o ano for bissexto. (...) Ontem cheguei em casa 1h da manhã, acordei às 5h e fui pra escola, hoje, e vou voltar sei lá que horas, uma hora ou sei lá, depende do movimento aqui. E domingo é a mesma coisa, ela está de folga e eu não vou estar lá. (Dragão)

Para Libra, que em 2005 fazia faculdade e participou ativamente do Movimento Passe Livre em Florianópolis, o paradoxo do campo expõe lacunas cotidianas mais profundas, como a insegurança do ofício, a instabilidade de emprego com contratos temporários por constituir-se de um trabalho de caráter sazonal; a grande oferta de mão de obra (desqualificada) no mercado de trabalho informal (que via de regra prefere excluir agentes qualificados para ensinar as regras e normas privadas de cada *beach club*, fazendo suas próprias leis e premiações); o desgaste da energia física; a falta de confiança, de ética e de vínculos que a livre iniciativa impõe e exige de profissionais autônomos.

Cinquenta pilas de gorjeta é o mínimo que eles dão. Porque muitas vezes eu já vi o cara dar vinte reais e o garçom recusar “Não precisa, fica para você, vai fazer mais falta para você”. Porque assim, é uma realidade, eles gastam! Onde eu trabalho o camarote deles custa seis mil, sete mil reais a noite. É três mil reais de consumo, e três mil reais de taxas para casa. Então os caras gastam muito dinheiro, que muitas vezes não tem dez por cento. Hoje em dia onde eu trabalho não tem dez por cento e o cliente não sabe disso. Eles me pagam noventa reais para trabalhar à noite, e não dão vale-alimentação, não dão transporte... Eu gasto para ir trabalhar pelo menos quarenta reais por dia, pelo menos do meu bolso sai os quarenta. Então, ganha cinquenta pilas para trabalhar à noite, das nove da noite às nove da manhã. Doze horas. Tem que chegar aqui nove da noite, às dez horas eu estou com fome, tem que pedir um sanduiche, e um xis é dez reais. Mais gasolina, mais vinte. Então pelo menos quarenta, cinquenta reais eu gasto para trabalhar, e recebo noventa, então... Tem que fazer. E eles pagam daí 4% do bruto da festa; a cada três, quatro festas assim, a gente ganha um caixinha, esse é um caixinha de toda a equipe, dos garçons, dos barmen, do chef, 4% do bruto da festa, dessa vez agora deu de dez festas... quase dez festas deu mil reais. (...) Tem de tudo, tem homens que não querem dar, já pagaram seis mil reais por um camarote, pagaram sete mil reais um camarote, estão pagando mil e duzentos reais a garrafa de champanhe. Tipo assim, a garrafa de champanhe, vou explicar, tem a mais barata que custa 150, depois tem de 550, 1.800, 3.500, 7 mil, e a de 15 mil, essa é a sequência, a mais cara é a de 15 mil.(...) Não tem carteira assinada. Tem vários tipos de casa noturna, e cada uma tem uma política. Onde eu trabalho é freelancer, fixo e freelancer. (...) Eles não assinam a carteira. A lei, essas coisas que eles pensam, assim “Se você não quer trabalhar ali, um monte de gente quer trabalhar!”. Porque é isso, eles não querem gastar mais dinheiro. Tipo esse ano conseguiram aumentar dez reais. Era oitenta, conseguiram aumentar para noventa reais. Por jornada, doze horas, entendeu? É complicado... não é obrigado... Tudo que eu conseguir é comigo mesmo, se eu conseguir os mil reais, quatro mil de gorjeta, tudo que eu conseguir depende só de mim. A única coisa que eles dão oportunidade, claro, de eu estar lá, trabalhando quase de graça... Mas o resto só

depende de você. Você que faz a diferença, de garçom para garçom, você que faz a diferença. É você que faz teu nome. É você que, tipo, eu tenho meus cartões, então eu distribuo cartão, por exemplo, muitas vezes de dia. Eles me contratam para fazer garçom particular de dia, eu vou no apartamento deles, tem as festas, os afters, acabou a festa a galera vai para os afters. Tem piscina, DJ, e eu trabalho de dia também, então isso acontece muito, e isso você ganha uma grana legal, então é você saber fazer teu nome, você atender eles bem à noite, para poder depois de dia ganhar mais um dinheiro e tal. (...) **(P) E qual é o teu grau de instrução?** Tenho ensino superior incompleto, comecei a fazer faculdade de turismo, mas parei e não gostei da faculdade de turismo, e fui viajar para a Europa. (Libra)

3.2 Os dois mundos, a estrutura sitiada e o feitiço contra o feiticeiro: questões sobre o *habitus*

Nas entrevistas de Pegaso e Andrômeda, observamos três aspectos inter cruzados: a baixa classificação econômica, o pobre capital cultural e as questões de gênero no campo. Esses três aspectos se detêm na mesma pertença de um *habitus* - o indizível, cujas disposições e funções estão no cerne da constituição de suas condutas, pois são seus valores e suas referências originais. Compondo uma classe de *habitus*, esses aspectos reúnem disposições de propriedades de conhecimentos e logo de preconceitos que gerenciam, de modo não dito e em uma relação dialética, o porvir de uma disposição posterior - a disposição sociopolítica desses agentes, que irá mediar seus processos de reflexão, suas críticas, escolhas, preferências e rejeições. Nessa relação observamos o que Bourdieu (1996) chama de internalização (ou interiorização da exterioridade), ou seja, processo em que o agente como que reflete (reproduz ou raramente constitui de outro modo) as imagens daquilo que o ambiente social lhe joga como sendo o “real” absoluto, indissolúvel e legitimado pelos costumes e processos sociais, restando para os agentes pouca senão nenhuma chance de vislumbrar e de apontar-se outros aspectos. Para Bourdieu (1995)

Para escapar do realismo da estrutura, que hipostasia os sistemas de relações objetivas convertendo-as em

totalidades já constituídas fora do indivíduo e da história do grupo, é necessário e suficiente ir do *opus operatum* ao *modus operandi*, da regularidade estatística ou da estrutura algébrica ao princípio da produção desta ordem observada e construir a teoria da prática ou, mais exatamente, do modo de engendramento das práticas, condição da construção de uma ciência experimental da dialética da interioridade e da exterioridade, isto é, da interiorização da exterioridade e da exteriorização da interioridade. (Bourdieu, 1995, p.60).

Neste sentido, a reprodução consciente e/ou inconsciente no campo destes princípios ativos (porque são social e cotidianamente empregados) de percepção e de ação conduz a critérios que evoluirão a sistemas de disposição discriminatórios; esta disposição produz por sua vez axiomas – proposições de verdades autoevidentes, baseadas em substantivos morais, “conclusões” sobre “fatos” da “vida” dos agentes, nas estruturas sociais (objetivas). Ora: tal axioma, verdade pronta e irrepreensível “por si”, preestabelece os fatores que agenciam os esquemas de autorrepresentação dos agentes, fundamentando e referenciando suas condutas e escolhas e fazendo-as aparecer como “senso prático” autônomo. Nesse momento temos a geração do *habitus*, que é exatamente esta estrutura “sitiada”, sob vigília e assédio cotidiano, porque as forças de dominação das estruturas sociais estão em todos os sistemas simbólicos (externos) e mentais (íntimos), segundo Bourdieu, e exatamente por isso o *habitus* é um princípio mediador, pois apesar de ele estabelecer (e assegurar) a comunicação entre os mundos, também leva os agentes a pensar e a orientar-se melhor e com mais autonomia em suas próprias escolhas, virando o feitiço contra o feiticeiro. O *habitus* situa-se então entre o mundo exterior e o mundo interior dos agentes, e, segundo Bourdieu (1992), vem a condicionar as suas percepções, condutas, ações e escolhas cotidianas – ou o que chamamos de práticas.

Estes dois mundos ou forças (o interior e o exterior, o social e o íntimo) alimentam-se mutuamente e são interdependentes; eles dão-se significado, função, sentido, coerência, justificação e emergência, e nesta dinâmica está fundamentalmente a relação dialética que ocorre entre os processos de interiorização da exterioridade e exteriorização da interioridade – o que quer dizer, conforme explica Bourdieu (1992), que os agentes têm ainda este pequeno espaço de mobilidade, de manejo para poder “pensar” e escolher entre reproduzir o que a realidade social lhes impõe, ou reconstituí-la de acordo com as suas próprias reflexões, convicções e ambições. Mas, mais importante ainda, esta relação

dialética entre o mundo íntimo e o social não acontece e nem se detém por uma via única ou por uma estrutura exclusiva, mas da confluência de todas as estruturas e sistemas simbólicos, em que

Somos conduzidos a hipótese de que existe uma correspondência entre as estruturas sociais (...) e as estruturas mentais, correspondência que se estabelece por intermédio da estrutura dos sistemas simbólicos, língua, religião, arte, etc.. (Bourdieu, 1992 p.33).

O espaço de “manejo” para a recondução da realidade (íntima e externa) de que o agente dispõe, a fim de determinar seus próprios princípios, condutas e escolhas, é muito pequeno. Nos espaços íntimos exteriorizados nas entrevistas a seguir - evidências da internalização da exterioridade sitiada -, observamos que estes poucos espaços não agem somente e apenas sobre os agentes em suas questões privadas, mas influenciam ou determinam suas relações com os seus subordinados diretos (chefes de cozinha, garçons, cumins, faxineiros, etc.), como no caso de Pesago¹³ a seguir:

A minha primeira profissão na minha vida foi garçom. (...) Não fiz nem um curso, não sabia nada (...). Não aprendi com familiar, ninguém da minha família era garçom, a família trabalhava em outra linha completamente diferente (...). Eu entrei como fixo, a empresa me deu suporte para mim estar no caso onde eu estou hoje, hoje eu sou um Maitre, sou um coordenador, digamos assim, estou quase vindo a ser um gerente. (...) Hoje eu saio daqui e de repente me acidento, eu tenho todos os direitos, sou segurado pela empresa, não é seguro desemprego, esse de perícia, essas coisas, todos esses trâmites legais. Já a pessoa freelance não: ela machucou, tipo, já era, entendeu? Não vai mais poder trabalhar para a gente, então só volta quando ela se recuperar, e os custos é todo dela, então freelance hoje, sinceramente, eu acho que é uma péssima profissão, em qualquer setor, tanto garçom,

¹³ Pegaso não tem formação superior na área de Hotelaria ou campos afins, e nos relatou em *off* que as normas e regras com as quais administra seu grupo de trabalhadores, na posição de maitre do beach club em que trabalha, são na verdade fundadas nas normas, regras e logo condutas baseadas nos princípios religiosos da Igreja Católica, que frequenta semanalmente. Tais referências e fundamentações normativas e valorativas irão estabelecer um dos mais fortes indicativos para a elaboração de nossa hipótese no capítulo 6, chamada “Teocentrismo Deslocado”.

quanto barman, só que às vezes não é nem opção da empresa; por exemplo, tem pessoas que saem do fixo para ter essa liberdade, trabalhar em outras casas, conhecer outras coisas, entendeu? (...) Poucas pessoas procuram o fixo hoje, num lugar só, ficar ali, entendeu? (...) A grande maioria, 70% é isso, querem só freelance, desde aquele que estuda e o pai dá tudo, e desde aquele que não, só vive daquilo ali, só garçom, só o que ele sabe fazer na vida é aquilo (...). **(P) E por que tu acha que é uma opção dele, que isso é uma coisa clara na classe? Quer dizer, 70% é muita coisa. Por que 70%, tão elevado assim?** O porque eu não sei, eu não sei como eles conseguem fazer, é aquela história, eles trabalham em muitos locais (...). Eu conheço pessoas aqui que trabalham seis dias em vários locais, assim, um dia em cada local diferente, e quatro noites em outros locais. Então o ganho financeiro dele para ele, diretamente para ele acaba sendo maior do que o que eu ganho como fixo, e ele tem a liberdade de poder estar em qualquer lugar sem rede, sem vínculo com ninguém, ele vai lá, presta o serviço, ganha o dinheiro dele (...). Mas sinceramente prejudica um pouco, entendeu? Até você formar uma equipe que seja da tua confiança e você faça com que ela trabalhe conforme você quer, é complicado. A gente que é fixo, digamos, administrador, a gente é gerente, é Maitre, é chefe de bar, é chefe de cozinha, um funcionário ao mesmo tempo em que ele não tem vínculo, ele não tem responsabilidade. Para nós mantermos a casa funcionando nós temos que ter uma equipe fixa, então nossa equipe fixa é reduzida. Quando há falta de alguém ou temos que contratar mais pessoas, aí sim, a gente vai nos melhores profissionais desses freelances e vê "Você quer, gostaria? Não!". E assim é a maioria (...). Sendo um bom profissional, com o tempo você vai adquirindo mais experiência no local e quem sabe venha a ser um gerente, ou um Maitre, dentro daquela empresa que você está trabalhando. Só que esse pessoal, como eu acho que não tem muito esse apoio do governo, e patrões que não dão apoio, então ele prefere ficar pulando de galho em galho, de freelancer. (...) Então a gente entra na mentalidade das pessoas que não querem o vínculo empregatício e a gente também não tem como oferecer; até poderíamos ter a possibilidade, quando tiver a gente oferece, mas quando não tem a gente trabalha com o que a gente tem...(...). Você entra na cabeça deles no sentido de falar "Você está aqui com a gente, vai estar

trabalhando com a gente, certo, no dia que tem evento eu vou chamar vocês, mas vocês tem quem ter um comprometimento comigo também, que é o que a empresa pede“ (...). Tem que seguir a doutrina da casa, o que a gente pede, entendeu? Independente do que ele pensa como que seja, o que está aqui dentro tem que ser como a gente quer, que é para satisfação do cliente, às vezes não é nem para satisfação do profissional, nosso foco é a satisfação do cliente, entendeu? A gente não está aqui pensando em satisfazer o profissional (...). O que o pessoal também fala, como o Pérola está comentado, o pessoal também vem, todo ano aumenta a maior gama de pessoas ligando e querendo trabalhar com a gente, querendo vir só como freelancer (...) Eu tenho muito na temporada pessoas acadêmicos, estudantes, universitários, que vêm procurar a gente, que daí não tem mais aula, não tem compromisso com a faculdade, querem ficar por aqui, então tem que ter uma renda para se manter, aí vem procurar fixo, mas a nossa proporção de fixo é bem menor do que a de freelancer, até porque a temporada é curta e não tem como a gente contratar, digamos, 200 pessoas para dois meses, os encargos para pagar para essas pessoas vão ser um horror, digamos assim. (...) Poucos são aqueles que realmente batalham, que trabalham aqui, ali, porque não tem uma profissão pré-estabelecida, não tem um apoio, mas são poucos.(...) Quando eu descubro que tem a gente faz alguma coisa e tenta fazer um meio campo aí para essa pessoa, por exemplo, o cara está passando dificuldades,” Não, espera aí, vamos tentar arrumar outra coisa para ele, outro lugar para ele trabalhar, e o guri que está precisando; uma mulher, uma menina que está precisando, vamos sentar, fazer meio campo”. Então a gente trabalha no sentido de tentar ajudar essa pessoa, depois que é ajudada, aí ela “Não, beleza aí, me restabeleci!”. Problemas todo o mundo tem, entendeu? Hoje ninguém procura entender o problema dos outros, a gente já julga, já faz a nossa tomada de decisão sem saber o que aquela pessoa está passando. (...) A gente conheceria bem os nossos funcionários, ele teria confiança na gente. Então é meio assim: “Ah, está lá? Se ferra, eu chamo outro!-“, entendeu? “- Não está trabalhando? Não está rendendo? Ah, que se ferre, vou demitir, vou contratar outro!”-. O que aquela pessoa passa, que problema está passando? Dois meses atrás, uma pessoa que trabalhava com a gente aqui, era um garçom, era um excelente profissional;

conseguiu todos os seus, digamos, sonhos que ele falava, que ele queria trabalhar num hotel, que ele estava fazendo curso de gastronomia, que ele queria trabalhar num hotel. Foi para trabalhar num hotel e acabou se matando. Se matou. Quando eu descobri “Pô, o cara conseguiu tudo que ele queria, foi trabalhar num hotel na área de gastronomia que ele gostava tanto, sabe?”. (...) Era um cara atleta, não era um cara jogado em bebida, não bebia e nem fumava, e foi lá e acabou resolvendo tirar a vida... Aí é que entra o pessoal, um problema pessoal, e que eu acho que ao meu ver, que talvez ele não teve um auxílio... Porque às vezes assim você escutar um pai e uma mãe, ou um irmão ou o primo que falar alguma coisa, você às vezes não dá tanta bola, porque é parente, está todo o dia, às vezes você acha que está pegando no teu pé... Às vezes, você pega uma pessoa que não tem a mínima responsabilidade contigo, não tem nada, e vai lá e te chama, “vamos conversar!”, tenta te ajudar, tenta conversar com você... Talvez a coisa seja diferente, talvez pra ele tenha faltado isso. Ele foi trabalhar digamos num hotel, um grande hotel, mas não teve esse acompanhamento, e acabou que aconteceu isso com ele, entendeu? Foi uma decisão dele, porque ele se matou, entendeu? Mas quem sabe nesse meio tempo poderia alguém ter conversado com ele, e ele não ter tomado essa atitude. (...) Se abandonasse, se eu virar as costas, aí eu vou mais perder do que ganhar. Entender as pessoas, assim, o básico do meu trabalho é o entendimento, entendeu? O meu aprendizado e outras coisas eu vou procurar, mas eu tenho que tentar entender desde a pessoa que trabalha comigo até o cliente. No nosso ramo, é o entendimento das pessoas. (Pégaso)

Andrômeda traz as preocupações sobre as questões de gênero e de idade no campo de trabalho¹⁴, pois ambas impregnam o cotidiano do campo na forma de violência simbólica com força dirigida. A liderança e a capacidade de laboro feminino são aspectos questionados objetiva e subjetivamente em campo em boa parte do tempo; com efeito, a violência simbólica relativa à inferioridade do sexo feminino estende-se à questão da idade e eleva o processo discriminatório a outras dimensões, o que produz e determina no campo a recepção de agentes que por suas

¹⁴ Mais adiante, abordaremos a questão de gênero na perspectiva de como a mulher é vista não como agente trabalhador inferior, mas na qualidade de objeto - um “troféu” aos campeões do capitalismo contemporâneo global.

condições biológicas (sexuais e etárias) serão sempre considerados deficitários, porque realizarão um trabalho incompleto, insuficiente e insatisfatório. Tais exclusões, resultantes da prática cotidiana da violência simbólica, aparecem na sutileza fria do dia a dia nesses tipos de comentários que ouvi muitas vezes durante as entrevistas:

“- Ele é mais velho, não pode levar as duas bandejas...”,

“-Mulher não consegue equilibrar copos!”, ou ainda

“- Eu não vou obedecer mulher. Não obedeco nem a minha!”.

O que Andrômeda nos revela é o que Bourdieu identifica em *A Dominação Masculina*. Para ele, o poder e o controle subjacentes às questões do corpo biológico (e do corpo etário) reproduzem e realizam a própria violência simbólica, que pelas dicotomias feminino/masculino, novo/velho, corpo/mente, por exemplo, pretende agenciar e concentrar as formas de poder na figura do macho/mais jovem/mais forte. Esta concentração de poder integra os ideais da sociedade ocidental, que por tradição descarta os mais velhos dos setores produtivos, restando para eles o restrito espaço afetivo familiar. Esta mesma tradição da cultura ocidental reduz as mulheres e os mais velhos a subempregos, com salários mínimos através de contratos temporários. Segundo esta tradição, ambos não congregam as condições físicas, mentais e emocionais necessárias para a permanência e execução em um trabalho produtivo ou de liderança, a longo prazo. Tal desigualdade, de acordo com Bourdieu (2002), é naturalizada:

A força da ordem masculina se evidencia no fato de que ela dispensa justificação (...). A ordem social funciona como uma imensa máquina simbólica que tende a ratificar a dominação masculina sobre a qual se alicerça: é a divisão social do trabalho, divisão bastante estrita das atividades atribuídas a cada um dos dois sexos, seu local, seu momento, seus instrumentos; é a estrutura do espaço, opondo o lugar de assembleia ou de mercado, reservados aos homens, e a casa, reservada às mulheres (...). O mundo social constrói o corpo como realidade sexuada e como depositário de princípios de visão e de divisão sexualizantes. (...) Dado o fato de que é o princípio de visão social que constrói a diferença anatômica e que é esta diferença socialmente construída que se torna o fundamento e a caução aparentemente natural da visão social que a alicerça, caímos em uma relação circular que encerra o pensamento na evidência de relações de dominação inscritas ao mesmo tempo na objetividade, sob

formas de divisões objetivas, e na subjetividade, sob formas de esquemas cognitivos que, organizados segundo estas divisões, organizam a percepção das divisões objetivas. (Bourdieu, 2002, pp. 10)

Mais à frente, Bourdieu esclarece:

O efeito da dominação simbólica (seja ela de etnia, de gênero, de cultura, de língua, etc.) se exerce não na lógica pura das consciências cognoscentes, mas através dos esquemas de percepção, de avaliação e de ação que são constitutivos do *habitus* e que fundamentam, aquém das decisões da consciência e dos controles da vontade, uma relação de conhecimento profundamente obscura a ela mesma. Assim, a lógica paradoxal da dominação masculina e da submissão feminina, que se pode dizer ser, ao mesmo tempo e sem contradição, espontânea e extorquida, só pode ser compreendida se nos mantivermos atentos aos efeitos duradouros que a ordem social exerce sobre as mulheres (e os homens), ou seja, as disposições espontaneamente harmonizadas com esta ordem que as impõe. A força simbólica é uma forma de poder que se exerce sobre os corpos, diretamente, e como que por magia, sem qualquer coação física; mas essa magia só atua com o apoio de predisposições colocadas, como molas propulsoras na zona mais profunda dos corpos. (Bourdieu, 2002, p. 24,25).

Andrômeda, uma das únicas profissionais do sexo feminino no beach club em que trabalha, nos levou a observar partes deste seu universo:

É um mercado de trabalho muito masculino. Mas acho que é tranquilo. As mulheres... tem horas e determinados períodos que a gente tá com a emoção mais a flor da pele, às vezes eu me escondo pra chorar, no verão mesmo.... porque Jurerê, Florianópolis na verdade, faz com que muitos venham pra cá, muita gente vem pra ganhar sua grana, mas tem muita gente que vem em busca de se dar bem. Então tem muita gente que vem só querendo oba-oba, sua grana no final do mês e depois quer ir embora. E com essas pessoas a gente tem uma determinada dificuldade até de conseguir manter um padrão. É porque, além de fazer a parte operacional do restaurante, eu faço a parte comercial, então uma hora eu tô girando nas mesas, outra hora eu tô sentada fazendo orçamento, então tô

nessa correria. A gente lida com várias pessoas que querem crescer na profissão, como um cumin que quer virar garçom, que quer ser chefe de fila, que quer virar um maitre, então essa é a parte legal. Mas tem aquela mão de obra de temporada que é um pouco mais complicada, então... Tem gente que não quer saber se o serviço tá bem feito ou tá mal feito, ele quer a gorjeta no bolso e fazer festa no final do dia. As vezes já aconteceu de ter que chamar o Hércules, que é o chefe de cozinha, pra intermediar, porque tem muitos homens que não aceitam ser comandados por mulheres, ainda mais que eu sou super jovem, porque tem muitos homens... só que eu acabei ficando "cascuda", assim, eu já sou séria por natureza, então aqui eu sou bem rédea firme assim. Não dou, procuro não dar chance pra eles tentarem fazer qualquer coisa fora do roteiro. Tanto que o pessoal, a gente é atrelado ao hotel, e o hotel me falou - a minha caixa trabalhava lá, tá aqui agora e ela falou "Ah, tu vai lá pro restaurante? Meu Deus, a Andrômeda, ela fica no pé de todo o mundo, a Andrômeda não sei o quê..." (P) **Mas contigo é trabalho mesmo, não tem essa de chegar contigo, "porque sou mulher ou porque sou nova", e facilitar?** Aqui, eu tô coordenando o restaurante, eu sou cobrada por isso pelos diretores, então eu tenho que fazer com que tudo funcione bem, porque senão vou ser cobrada né. Então não interessa se eu sou mulher, se sou homem, se tenho 28 ou 40 anos né, tem que tudo funcionar da maneira que tem que ser. (...) Eu sempre quis trabalhar com isso. Na verdade sempre quis trabalhar com eventos, né, sempre gostei dessa coisa de organizar, de pensar num cardápio, num ambiente, numa decoração, montagem de layout pra receber as pessoas (...), foi aí que busquei a publicidade né, pra trabalhar com eventos nessa área de publicidade, mas sempre fui apaixonada por gastronomia na verdade, minha família toda sempre gostou muito de gastronomia. (...) Me sinto bem, realizada, mas às vezes dá uma vontade de chutar o balde... (...) É. Como eu acumulo funções, tenho que tentar dividir as duas, que são duas funções bem distintas, uma coisa não tem nada a ver com a outra! Uma é prática, operação, correria, tá aqui fazendo funcionar, e a outra é a parte comercial, de entrar em contato com clientes, fazer orçamentos, definir detalhes de eventos, refazer orçamentos quantas vezes tiver que fazer, que é um trabalho bem de computador mesmo, telefone e computador né... e fazer cotação de preços, e formular propostas... (P) **Posso te perguntar uma parte mais pessoal: tu acorda e vai dormir mais ou menos que**

horas? Eu durmo normalmente às três, quatro da manhã todos os dias, porque a gente sai daqui uma hora da manhã, todo dia. A gente só fecha na segunda-feira ainda, na baixa temporada. Mas no verão a gente trabalha de segunda a segunda o dia inteiro, é almoço e janta né... No verão por exemplo eu fiquei setenta dias trabalhando direto, porque tem que tá aqui e tem que fazer funcionar, e eu não tenho ainda uma pessoa que eu sei que vai tá aqui e que vai ficar fazendo funcionar, assim "Ah não, posso ficar tranquila em casa descansando, posso viajar que vai tá funcionando", ainda não, né... A única vez que eu consegui me desligar uma semana foi quando o restaurante tava fechado em obras, daí eu consegui. E até porque eu sou muito cobrada pelos diretores de tá aqui. Eu e o Hércules, que é o chefe de cozinha, a gente foi contratado pra desenvolver o projeto do restaurante, tinham esse espaço mas não tinham quem tocasse. Então nós fomos contratados pela empresa, a gente desenvolveu toda uma parte de consultoria, de montagem, de contratação, de compra, de conceito. É todo o conceito não só de ambiente, que é um ambiente acho que em Florianópolis, um dos ambientes mais bonitos, mais aconchegantes, né, mas de serviços, de padrão de serviços né, tudo tem que ser muito bem definido: o cardápio vem pelo lado direito, o prato vem pelo lado direito e retirado pelo lado esquerdo, são vários procedimentos padrões da profissão mesmo, que a gente sempre tá em cima dos garçons, da parte operacional pra que funcione (...). O Hércules é chefe de cozinha, então parte de cozinha é ele quem comanda tudo né, e a parte de salão eu que comando. Então eu seleciono todos os garçons, cumins, barmen, toda essa parte de operação de salão e bar eu que seleciono, treino junto com o Maitre, coordeno né. (...) Eu tenho curso de gastronomia, que me deu uma base não só de aprender, porque eu já trabalhei na cozinha também, comecei na área de gastronomia como auxiliar de cozinha né. Então eu tenho toda essa parte de conhecimento da gastronomia que me ajuda muito a poder treinar também, de explicar um cardápio, porque como tava te falando não é só o ambiente, é... uniformes, o som que a gente tem uma consultora musical, tem um conceito único né, a nossa gastronomia que é uma gastronomia bem requintada... Então como a gente muda de cardápio a cada estação, a gente vai agora que tá no cardápio de inverno, a gente vai começar o cardápio de primavera agora. É feito um treinamento com os garçons e eles recebem cada um, um cardápio pra estudar e eles têm que conhecer o cardápio, né, têm que saber como é que

funciona, como é que é feito, porque se um cliente perguntar eles tem que saber explicar e não "Tá, só um minutinho que eu vou chamar alguém que saiba". Não. Se ele tá aqui trabalhando, atendendo, ele tem que saber explicar. A dificuldade que eu tenho em manter mão de obra aqui hoje infelizmente é que as pessoas não querem tanto comprometimento. Tem muitos garçons que começam e "Ah, mas pô, eu sou garçom, não tenho que saber prato!". Tem, tem que saber prato. Tu tá servindo o prato né, tu tem que saber explicar, tirar uma dúvida... Eu falo pros garçons, às vezes a gente brinca né: a gente tem ali um quadro falando o que não tem, o que tá em falta, o que tem que vender, por exemplo: "Ah, chegou uma remessa grande de atum"! Limparam o peixe, tem bastante atum fresco, "Vende o atum!". Daí tava com uma dificuldade, ninguém tava vendendo o tal do atum, eu disse: "Gente, quer ver? Vou lá na mesa e vou vender o atum e o risoto!" e tal. Era um casal e não deu outra, os dois pediram os pratos que eu sugeri. É só tu saber! É só tu ter esta postura de venda né, tu falar com categoria, mesmo que tu nunca tenha comido... Mas se tu vende, tu entende como é que é feito, tu fala com categoria e tu consegue vender aquele produto. A profissão de garçom, infelizmente, a maioria das pessoas que tá nessa profissão não escolheu "Ah, vou ser garçom, quero ser garçom". É mais porque precisava de uma grana e virou, acabou virando né... E é imprescindível prum bom restaurante ter um bom atendimento né? Não adianta o ambiente ser lindo, a gastronomia ser fantástica, e o atendimento não ser bom. É a mesma coisa o atendimento ser bom e a comida não estar no padrão do atendimento. (Andrômeda)

3.3 O campo, a cultura e o mercado dos bens simbólicos

Apontando para as insuficiências da estrutura sociopolítica de Florianópolis, Boieiro atenta às origens culturais da região que, segundo ele, seriam uma das mais fortes causas dos problemas do mercado turístico, como a baixíssima oferta de mão de obra local e o esvaziamento do setor de prestação de serviços qualificados. Furioso em alguns momentos da entrevista, Boieiro afirmou que o "desinteresse" dos florianopolitanos é uma condição cultural do campo; tal condição, assimilada pela tradição, conhecida e compartilhada pelo senso comum na região, seria a marca da cultura de laboro regional litorâneo,

“desinteresse” transferido de geração a geração, incentivado com o estabelecimento das práticas e costumes de trabalho tipicamente litorâneo e reproduzido no cotidiano dos ilhéus – filhos de pescadores, rendeiras, carpinteiros e afins. Paralelamente, Boieiro mobiliza o outro lado da moeda – a questão do mercado dos bens simbólicos, relativos a um tipo específico de laboro: a produção de uma arte culinária que se enquadra na alta gastronomia, famosa por suas exigências, sofisticação, exotismo e peculiaridades no preparo, na execução e no consumo. Segundo Bourdieu, tal especificidade no trabalho e no consumo faz ascender, na verdade, a estatura de um bem simbólico – não só culinário, não só artístico (devido a seus critérios de criatividade e autonomia de produção), mas cultural, porque esta culinária “artisticamente” bem produzida torna-se uma “mercadoria”, e carrega a marca de uma distinção. Tais critérios artísticos e culturais operam com a capacidade de agenciar e de legitimar, através das representações, dos discursos e das práticas, toda a ordem possível de gostos, preferências, necessidades e finalidades dos grupos dominantes.

O que nos interesse aqui é entender o que distingue um produto cultural e artístico do outro. O que torna um produto enriquecedor à experiência humana e social, e o outro não – ou, mais exatamente: quais são os critérios de produção e consumo que tornam esta experiência de consumo distintiva, consagrando o produto como de altíssima qualidade? E o que faz da alta culinária a melhor culinária do mundo, senão suas características distintivas, porque assim está legitimada? E quem as legitimara e por quê? No caso da entrevista com Boieiro (a seguir), para quem o campo de trabalho e a produção local estão debilitados por causa da tradição da cultura laboral dos nativos, Bourdieu (2003) nos permite refletir: quando a culinária local corresponde à sua significação e mantém o seu sentido e função original, ela tem um valor cultural; quando adquire esse status, de ser a marca de uma cultura original, passa a ter valor mercantil – ela é uma mercadoria, e isto é o que a torna um fator de distinção. Pois ora: se a cultura local original é símbolo de vergonha e de depreciação, ou seja, não é digna de apreciação, então como pode ser a marca de uma cultura e distinção? O que desejariam os turistas ao vir para cá: comer *Galette des rois* como em Versailles, ou peixe frito com arroz, como os pescadores na fogueira à beira-mar? Eles podem ter os dois? O que isso nos diz sobre a distinção? Vejamos como isso é afetado pelo campo e igualmente o condiciona, de acordo com Boieiro:

Como cozinheiro, no dia da inauguração já começamos, eu morava já aqui, já era cozinheiro do *Pimenta Limão-*

Sabores do Brasil, do Zeca d'Acampora. Daí um ano depois que eu saí do Zeca d'Acampora, já estava inaugurando o Quartzo, daí eu vim trazer o meu currículo aqui, que eu morava aqui atrás, na quadra detrás de Jurerê, e já me aceitaram imediatamente porque precisavam de pessoas, de mão de obra aqui. Não tinha mão de obra aqui em Florianópolis, daí eram poucas pessoas que tinham procurado o Quartzo, daí estava bem difícil para achar mão de obra aqui, daí eles trouxeram pessoas de São Paulo para trabalhar. Daí eu fiquei lisonjeado de entrar no grupo, daí entrei no grupo, começamos a trabalhar, e passa ano, entra ano é isso aqui. O curso que eu fiz foi Arquitetura e Urbanismo na Federal de Mato Grosso do Sul, UFMS, eu sou formado em Arquitetura e Urbanismo, trabalho em cozinha há dezoito anos, desde os doze anos de idade, já era restaurante da família. Com quinze anos de idade já era restaurante que não era mais da família, então daí, eu já profissionalizado, colocaram na minha carteira "Cozinheiro Junior"! E eu achei até engraçado... Daí com dezesseis anos eu já estava aperfeiçoando cada vez mais, em dois mil e nove fui para São Paulo para fazer vários cursos de culinária italiana, daí fiquei ausente do Quartzo um ano. Mas foi muito bom trabalhar com grandes chefs Sérgio Arno, Pier Paolo Picchi, Giancarlo Bolla, só chef italiano, Márcio Farin, as pessoas de peso no Brasil. Daí quando voltei para o Quartzo de novo foi inaugurado o Campanário de lá do Resort Spazzio. E sempre com o Quartzo num período, e nos outros períodos outros lugares, então teve um dia que chegou uma temporada em que tudo que você comia em Jurerê tinha mão, em Jurerê, Campanário e Spazzio, porque o Campanário e Spazzio era uma coisa só. E eu achava tão legal isso... Eu produzia no Campanário, as pessoas comiam, quem se hospedava lá. A mesma cozinha era do Spazzio, então eu fazia os meus doces lá, e levava para o Spazzio, então as pessoas que passavam pelo Spazzio também comiam os meus doces. E aqui no Quartzo fazia o almoço, então saía daqui às quatro da tarde. **(P) Então isso não é uma profissão, é uma vida?** Sim, é uma vida, isso aqui não é curso de gastronomia em primeiro lugar, hoje o que eu vejo... Eu saí de lá Chefe de Cozinha na cabeça deles, não existe Chefe de Cozinha com menos quinze anos de cozinha. Não existe, não tem, meu Deus do Céu! Chefe de Cozinha é uma coisa absurda, entendeu? E como se fosse o doutorado de um doutorado, entendeu? E

é um mestrado, não é assim fez um curso de seis meses, três anos... isso não existe, não tem como, é prática, culinária, mexer com a vida das pessoas, aí meu Deus! A pessoa está sobrevivendo através daquilo que eu estou fazendo, ou ela vive ou não, é simples assim, por isso que tem que ser amor, não tem a técnica, aprendi isso e isso... Não existe isso, técnica é técnica, é uma coisa! Agora prática? Nada substituí a prática, nada substituí a prática... E mão de obra? Tudo virou a mesma coisa, contratamos pessoas, ene pessoas, e nem na alta temporada, quinze dias, nem precisa chegar no meio da temporada, só quinze dias de temporada, e metade foi embora, já! Ou porque foi demitida ou porque pediu as contas, porque eles pensam que é uma coisa e é outra, entendeu? Imagina! Esquece a casa, esquece o divertimento, esquece balada, é cozinha, só isso! Se você não estiver 100% nem adianta vim, nem adianta! É uma profissão que tem ser levada a sério. **(P) É uma obsessão, tu dirias?** Não jamais, e uma profissão que tem ser levada a sério. **(P) Mas quando tu fala “esquece casa, esquece balada, esquece família”?** Esquece isso, porque assim, se você não fizer isso dessa forma, porque nós não somos oito horas de trabalho, entendeu? Você tem que pensar em dois, tem que pensar que o período é outro, não são oito horas de trabalho, não existe isso no turismo. O turismo em Florianópolis, e uma cidade que vive de turismo, mas não trabalha para o turismo, é complicado, tudo que é pessoa que vem para cá para investir no turismo é cortado, e vetado, todos nós sabemos disso, eu moro aqui... (...) Mão de obra sem qualificação, se não buscar qualificação vai ficar estagnado, na mesmice, o cliente sempre tem razão, aqui no Quartzó! Mas cliente nenhum pode agredir um garçom, e nem vice e versa! Qualquer problema com cliente aqui nós somos bem sensatos, entendeu? Chama o gerente, chama a segurança e o cliente para se retirar, porque ninguém é obrigado a nada, entendeu? A se submeter... O garçom não vai sair da casa dele para trabalhar e ser humilhado, aqui nunca acontece isso. (...) É uma profissão que tem ser levada a sério. Se você não fizer isso dessa forma... porque nós não somos oito horas de trabalho, entendeu? Você tem que pensar em dois, tem que pensar que o período é outro, não são oito horas de trabalho, não existe isso no turismo. O turismo em Florianópolis, ela é uma cidade que vive de turismo, mas

não trabalha para o turismo, é complicado. Tudo que é pessoa que vem para cá para investir no turismo é cortado, é vetado, todos nós sabemos disso, eu moro aqui... Nós temos casa aqui em Jurerê há vinte e oito anos, eu moro aqui há nove anos e eu vejo turismo do Brasil inteiro! Eu já morei em várias estados do Brasil, e Florianópolis é uma cidade que era para ser Miami de verdade, era para ser Sidney, era para ser uma cidade turística de verdade, votada para o turismo...(...) Porque nos Estados que eu morei, no Mato Grosso, no Mato Grosso do Sul, Goiás e São Paulo as pessoas dão a vida por emprego! Porque sabe que é daquilo que ele vai viver, não é de outra forma que se vive. Meu Deus, viver sem trabalho? Que história é essa, entendeu? Nem classe média alta, os meus amigos todos, todos trabalham, todos têm uma faculdade, ou estão pleiteando uma faculdade, mas meu Deus, desemprego é para os vagabundos, não é coisa de pessoa sensata! Não existe desemprego em Florianópolis, não existe! A pessoa que está desempregada é vagabundo, normal, não é uma pessoa que tem interesse para alguma coisa. E é óbvio que é uma cultura local, todos nós sabemos disso, por isso que eu não gosto de falar. (...) É incrível! Agora pergunta o manezinho que trabalha no Quartzozinho? Não tem! E já se tentou várias vezes... Aquele ali é do Mato Grosso do Sul, ele é do Rio Grande do Sul [**ele aponta e fala de cada profissional que está no beach clubs naquele instante**], aquele do Rio Grande do Sul, é de São Paulo, de São Paulo, do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Mato Grosso do Sul, entendeu? O manezinho não quer! Ene vezes já foi dada a oportunidade, nossa! Não querem... e se eu pergunto, eles levam na brincadeira! São palhaços. (P) **Eu entendo. Mas o que as pessoas daqui te dizem para não querer trabalhar?** Eles falam que não são obrigados a fazer o que as pessoas querem deles, o pessoal vem para cá só para abusar deles, o pensamento já é mesquinho. (P) **Tá: então vamos entrar na mesquinha. O que o povo local te diz sobre a profissão? E o que tu sentes?** Não, eles falam assim como eles não precisam disso, eles tem o peixe para eles comerem, entendeu? Então, eles vão ali e pesca o peixe deles e pronto, não precisa ficar ralando aí para uma coisa que não é deles, e falam e meio que... E bem ignorante, não tem nada a ver com pessoas cultas, pessoas que pensam alguma coisa, eles procuram dar uma resposta bem ignorante, que você não leva a sério. (Boieiro)

Já o relato de Cocheiro destaca, para além da questão cultural, a imensa força das mudanças da própria sociedade capitalista sobre o mundo do trabalho moderno, que faz necessário que possamos compreender a existência de tempos e de modos específicos de trabalho que, neste caso, são peculiares e correspondem a um tipo de específico de sociedade e de modo econômico. O que acontece no depoimento de Cocheiro é a identificação da transição brusca de um tempo de trabalho e de um tipo de trabalho que antes eram típicos da sociedade pré-moderna, para um trabalho e um tempo de trabalho próprios e conformados as exigências da sociedade moderna capitalista. Por detrás de uma estética poética, ele expõe o atento e rápido trabalho do garçom como um músico que carrega ritmicamente sua bandeja pelos quatro cantos do salão; similar a uma orquestra, tal ritmo de trabalho detém todas as características de produção capitalista que se dá essencialmente na cozinha e esta, regida a muitas mãos, segue uma harmonia absolutamente cronometrada e de acordo com as exigências do mercado, mercado de *fast food*, que opera com alimentos pré-produzidos e aptos para a entrega rápida de pedidos, em obediência ao tempo de produção e de consumo dos agentes da sociedade capitalista que frequentam este empreendimento turístico. Marca da sociedade contemporânea, este tempo de trabalho parece não causar estranhamento aos agentes nesse tipo de cozinha, que segue um tempo característico de cozinha industrial, mas que à beira da praia se propaga como artesanal e litorânea.

A cozinha é dividida, duas pessoas ficam no fogão, duas pessoas ficam nos grelhados, ou seja, de carne, peixe e frango. Outra fica no Garde-Manger, que é a parte de saladas. Então a cozinha é toda dividida e nós trabalhamos com a la carte, pratos individuais, ou seja, vem uma pessoa querendo comer um filé mignon ao molho de mostarda, eu faço o filé mignon, o Chefe vai lá e faz o preparo do arroz com alcaparras, e o Garde-Manger faz a salada e todos os acompanhamentos que vai no prato. Então é agregado uma equipe para sair um prato de a la carte. Envolve todos da cozinha (...). Geralmente eles pedem mais frutos do mar, como nós estamos de frente para praia então a nossa comida na nossa especialidade é mais frutos do mar, ou seja, é tudo feito com o seu tempo certo e mandando na hora certa. Vem a comanda, o garçom vai lá e manda a comanda, a comanda vai para a cozinha e nós temos esse tempo certinho para poder mandar, não podemos passar mais do que vinte minutos, porque é o que a gente fala, não adianta a gente fazer tudo correndo com pressa que não vai resolver nada. A gente

tem que fazer com calma e perfeito. Em vinte minutos. Ou seja, a casa está cheia, nós temos os funcionários para poder cumprir esses vinte minutos. É uma arte (...). É cronometrado, é muito corrido, é uma função que requer muita atenção e requer muitos funcionários adequados, funcionários qualificados para trabalhar essa área. (Cocheiro)

Hércules por sua vez nos chamou a atenção para a esfera das exigências do campo no mercado turístico local, relativas às jornadas de trabalho e especialmente aos ambientes, que também são bens simbólicos – os espaços ambientes são representações de uma cultura, logo, são mercadorias. Ele percebe que, para cada ambiente (cultura e mercadoria), há um contexto distinto e distintivo de apropriação de seu trabalho, o que altera a sua percepção sobre o mundo social e o mundo do trabalho:

Sempre trabalhei na área de alimentos e bebidas, desde que eu me conheço por gente. De oito, nove anos, limpava grama da casa das pessoas, mas depois comecei a trabalhar na lanchonete e aí segui em frente, daí vim para cá em oitenta e oito (...). Trabalhei quinze anos em restaurante dentro do hotel, agora faz seis anos que eu estou em restaurantes fora da área hoteleira (...). Dentro de hotel a gente fica muito paralisado, vamos supor, tem só aquela rotina, e em restaurante, na rua, a rotina já é diferente, a gente já atende pessoas diferentes, tem situações diferentes. Dentro do hotel não, no hotel é só aquilo que tem mesmo, agora em restaurante, como o restaurante tem a praia, nós estamos no centro. Tem pessoas de todas as classes, de todos os jeitos. É assim, a gente vai aprendendo cada dia mais com essas pessoas que vem e são diferentes daquelas pessoas que vem toda semana... Porque no hotel, a gente chamava hóspede de habituê, que toda a semana estavam ali, não que seja ruim, mas assim, a gente não vê pessoas diferentes. (...) No hotel eu trabalhava como Mâitre, supervisionava os garçons, trabalhava café da manhã. Então começa sete horas. Entrava às sete horas da manhã, quando tinha evento não tinha horário para sair. (...) e café da manhã tem um padrão muito rígido. O hóspede vai lá, toma um café da manhã, então ele quer que esteja tudo como se fosse na casa dele, então a gente tem que dar essa identidade para ele, como se ele estivesse em casa... Onde eu trabalhava servia trezentos cafés da manhã. Por dia. Aqui nesse hotel, é setecentos cafés da manhã. Porque o café da manhã tem

um horário, vamos supor, seja seis horas da manhã até as dez horas da manhã, até as dez e meia, assim. O salão é enorme, então cabe aí duzentas pessoas por dia. (...) O ano passado no restaurante que eu estou hoje a gente está atendendo uma faixa de setecentas pessoas por dia. É, muita gente... E esse ano a gente está esperando mil e duzentas. (Hércules)

Ainda segundo Hércules, os hábitos da juventude, combinados à falta de uma tradição profissional que viria a garantir o zelo pela prosperidade econômica da profissão do garçom, se sobrepõem às ações e intenções empresariais. Para ele, as empresas são lesadas e sofrem prejuízo na relação custo-benefício no ato da contratação dos garçons – principalmente os mais jovens, com ou sem experiência. Ele argumenta que os hábitos sociais típicos de uma juventude desinteressada e sem perspectivas e planos futuros impedem o aumento do número de contratos efetivos, esvaziando o mercado de trabalho turístico local, e isto restringiria o crescimento do setor de prestação de serviços. Por outro lado, Hercules compreende que seu cargo atual é tão somente um degrau que o levará a posições econômicas melhores e mais autônomas, e age como tal, mantendo seu próprio pequeno negócio e promovendo-o em seu local de trabalho.

Porque é assim, nunca falta de experiência, mas sempre falta de vontade, porque quando tu trabalha nessa área, alimentos e bebidas, investimento na praia, tu requer muito da pessoa. Na verdade, a gente tem que se doar mais para a empresa do que a empresa se doa para a gente (...). Eu sempre falo assim: as pessoas que trabalham hoje em experiência deveriam dar o seu mínimo de exemplo, mas não, hoje não é assim, hoje eu tenho pessoas que trabalham comigo e está na primeira época de experiência, que é 45 dias. E o cara faltou seis dias, e a gente vai falar, ele não está nem aí, então como é que tu vai passar ele para os noventa? Que fazer a demissão do funcionário é mais caro do que a admissão dele, então a empresa também tem prejuízo com isso, que a empresa vai, paga exame médico, é isso, aquilo, a empresa gasta muito numa contratação de funcionário. A empresa faz a parte dela, só porque quando chega para trabalhar, é porque fulano de tal é jovem, fulano de tal vai trabalhar final de semana, mas aí encheu a cara lá e não vem trabalhar no outro dia. (...) Vamos supor, daí vai ser garçom. Quando o garçom

pensa igual garçom, ele vai ficar sempre garçom. Se ele pensar igual maitre, um dia ele vai virar maitre. Se ele pensar gerente, ele vai virar gerente. Se ele pensar igual ao dono, ele vai ser dono de alguma coisa. Hoje eu trabalho aqui, estou com um projeto que eu faço um tipo de cachaça, que é cachacinha do Butiazinho do Seu Zé, tenho alguns clientes aí, estou três anos nisso aí, mas assim, eu só vendo para amigos, mas tudo também ao meu trabalho. Vamos supor, hoje a gente trabalha num ambiente ou num lugar que tem muita gente importante, então para mim aqui é um canal de vendas muito importante também. Se eu não estivesse nessa área não teria isso, hoje eu conheço gente aqui que é dono de empresas! Já fiz boas vendas das minhas cachaças, trabalhando nessa área, então, assim, se eu não estivesse nessa área não estaria nem... Não sei, assim, o destino é tão... Que a gente não sabe o que vai acontecer amanhã. A gente pensa, mas não sabe, mas assim, se não fosse essa área, hoje a gente fala.”- Pessoal, hoje eu tenho apartamento, eu tenho carro, eu tenho moto”. Graças ao meu trabalho, ao trabalho da minha mulher, a gente juntou tudo, mas se a gente não pensar nisso aí daqui para frente, daqui a vinte anos, hoje eu estou com quarenta anos, vamos supor. Eu estou falando desde vinte e cinco, mais de quinze anos juntando um dinheirinho tu vê lá quanto é que tu vai ter, guarda dez por cento do teu salário, ganha mil e trezentos, pega cento e trinta e guarda, põe na poupança, esquece aquilo ali. Daqui vinte anos tu vai ver quanto é que tu tem, mas hoje as pessoas não pensam assim. (Hércules)

Parte do grupo geracional mais jovem dos entrevistados, Ursa Maior vislumbra os aspectos positivos e distintivos do ofício, relegando o campo a um esvaziamento de críticas e de reflexões. Estimulada com o primeiro trabalho que aprendeu a exercer e inspirada pelos aspectos estéticos da profissão, sua visão sobre o contexto e o campo profissionais revela uma imagem fragmentada de um mundo de estrelas com raras nebulosas, em que bandejas dançam e línguas estrangeiras são como que cantadas pelo salão, romantizando as relações de trabalho e tornando o campo poético.

Eu comecei como menor de idade, eu tinha dezessete anos. Comecei como cumim¹⁵ depois eu fui trabalhar

¹⁵ *Cumim*: termo derivado da palavra francesa “*commis*”, que remete ao significado de aprendiz e/ou auxiliar de um profissional.

como garçonete, e hoje eu sou garçonete. (...) Pra mim é uma experiência, primeiro que é a área que eu quero seguir (...). Quero fazer um curso de panificação e confeitaria. E quero seguir mais ou menos nessa área de vinhos de free lance. Pra mim é muito bom. Eu sinto que desde que eu comecei a trabalhar aqui no Safira, como profissional garçonete eu evolui bastante, em prática, profissionalmente, por ser um lugar mais formal, por receber um público de vários níveis, mas realmente de nível mais alto, traz conhecimento, traz bastante cultura e as técnicas de trabalho. Como segurar uma bandeja, abrir um vinho e atender e desenvolver todo o trabalho na mesa e finalizar. (Ursa Maior)

A seguir, temos três perspectivas que indicam que as origens socioculturais dos garçons sofrem impactos com as disposições profissionais que lhes são apresentadas, sobretudo com as culturas originais dos seus nobres clientes, cuja distinção e estranhamento estaria, entre outros elementos, no alto poder de consumo; na fartura, no exotismo e na raridade de suas preferências; e em seu grande poder de liberdade e de escolha.

Para Leão Menor, a questão cultural é tão relevante quanto os problemas e dificuldades do contexto do campo de trabalho. Natural de outro Estado, o que lhe atraiu a Jurerê Internacional foi a possibilidade de ganhar muito dinheiro em um espaço/tempo tão reduzido. Não obstante, o que mais o surpreendeu foi a diferença no *habitus* de classe (profissional) de um Estado para o outro.

Sou de Curitiba, e só trabalho há uns vinte dias aqui no Turquesa. Tô achando muito bom, experiência nova, porque é outro tipo assim, trabalhei de garçom em Curitiba mas aqui é totalmente diferente. Nunca trabalhei de bermuda, de tênis, entendeu? (...). É que eu tenho parentes aqui, sempre vim pra Floripa, só que só ficar final de semana. Então era vir final de semana e voltar embora, e eu já na cabeça que um dia eu ia vim, ia trabalhar uma temporada, ia trabalhar num restaurante de praia, entendeu... (...) Nunca trabalhei com frutos do mar nem comida japonesa, e aqui eu me bati muito no começo mas depois aí fui pegando, estudando muito na internet também, e aí beleza, hoje em dia não tem mais muito segredo. Eu comecei trabalhando em hotel em Curitiba, eu tinha um irmão que já trabalhava em hotelaria entendeu, então acabou me levando pra lá, inclusive hoje ele é

gerente de um grande hotel em São Paulo entendeu? (...) Aí eu comecei no hotel, eu ajudava na manutenção, era auxiliar de manutenção, aí no fim surgiu vagas de mensageiro, de garçom e eu já fui pegando já, trabalhei um pouco de mensageiro, trabalhei um pouco de garçom... (...) Aprendi na prática. Depois que eu trabalhei bastante de garçom, aí é que eu fiz administração hoteleira, fiz um curso europeu em Curitiba, só que assim, não tem o serviço de garçom, é mais assim, gerenciamento, administração hoteleira que fiz em Curitiba. Só que assim, dá uma pincelada em tudo né, mas assim: do serviço eu aprendi assim, na prática mesmo. Eu sinto falta, assim, de um idioma que eu poderia falar melhor o inglês, poderia falar melhor o espanhol, pra desenvolver melhor meu trabalho, entendeu... ter um conhecimento maior de vinhos, umas coisas assim. Só que assim, de você falar inglês, falar espanhol, ser someliê e conhecer de cozinha cê não vai trabalhar de garçom, né?(...) Lá o pessoal às vezes tá a trabalho, é mais executivo. Aqui é mais lazer, então o cliente vem, mas ele tá em lazer, tá de férias, ele tá bem mais suave. Lá em Curitiba não, parece que a pressão é maior assim entendeu, o pessoal tá trabalhando, tá estressado... (Leão Menor)

Perseu foi um entrevistado interessante mas dolorido de ouvir, pois, ainda muito jovem, está abalado e com um tipo distinto de sofrimento: não só observa cotidiana e repetidamente os sinais e fatos da desigualdade econômica que o levam à percepção da inferiorização de sua posição profissional, como também estuda, pensa, lê e racionaliza estes mesmos sinais. Seu cansaço é visível e sua frustração é múltipla, porque vivencia a desigualdade, reflete sobre ela, fortalece o dilema ao reproduzi-la (porque é obrigado a trabalhar em suas férias universitárias), mas também o rejeita desde seus processos e dinâmicas internas até em seus próprios princípios pessoais, crenças, predisposições morais e afetivas.

(P)Tu trabalhas de garçom aqui, e como é que tu veio para na profissão? Foi por meio de amigo, porque nessa profissão é bastante contato né, que a gente vai pegando. Então vai conhecendo um, eu trabalhava num outro lugar, e aí eu acabei conhecendo um amigo meu que hoje é chefe daqui. Ele foi, me botou daquele outro lugar que ele era chefe, e me indicou prum outro lugar. Desse outro lugar

eu vim pra cá, quando ele já tava. É sim, é meio de improviso né. São meios pra chegar a fins né, não é um fim que espera continuar nisso né. Pra mim não é uma coisa que eu espero ter, como um garçom né, uma profissão. Mas são meios né, pra se chegar num fim, então... As coisas foram evoluindo né. No primeiro era bem ruim o que eu vinha ganhando, era de shopping já, não tinha muita coisa. No segundo já foi melhorando e aqui tá legal né, porque eu faço... Eu sou estudante também, pra intercalar assim pra juntar uma grana pro resto do ano né, do semestre pelo menos já é uma coisa boa.(...) Estudo design de produto no IFSC¹⁶, ali no centro, dentro do CEFET¹⁷. (...). **(P) E o que tu achas dessa profissão de garçom?** Eu vejo muita gente mais velha assim que vem as vezes fazer um freelancer como garçom... Aí eu já não acho que pra mim seria uma coisa tão legal, sabe? (...) Eu venho pra cá já sabendo das consequências, já sabendo que o trabalho é bem pesado, que é temporada, temporada é corrida né, a gente não vai ter tempo pra nada. Vai ter trabalho, trabalho, trabalho, mas é. Aqui dentro, como eu já tô há quatro anos, tem um pessoal que tá há dois, a gente vai formando assim uma amizade que apesar dessa correria, apesar desse desgaste todo a gente sempre acaba um apoiando no outro né, e acaba se divertindo junto, porque é bem maçante assim... Qualquer experiência pra mim é enriquecedora, tanto ruim quanto boa é enriquecedora. Aqui não digo que é ruim mas é... pesado, sabe... Mas de todo o jeito com certeza é enriquecedora. Quatro anos e sempre tem coisa nova pra aprender né, nem que seja na parte de ferramenta, de ter que consertar coisa e tudo, pela frente. (...) **(P) Tu faz tudo isso?** Aqui a gente tem que fazer né, de tudo (risos). (...) Tem seus prós e contras né, claro que eu queria não precisar me cansar tanto né, não precisar sair e ir embora daqui. Mas tem um lado que a gente vai aprendendo né, que a gente usa e a gente vai aprendendo. (...) Alguns dias assim, desde o dia 26 depois do Natal, até o dia 7 a gente trabalha ali, direto. Direto, todo o dia, porque daí é festa em cima de festa, daí depois desse dia a gente já começa a ter folga. Daí a gente já tem três folgas por dia, agora essa semana por exemplo, tem segunda, terça, quinta. Daí a gente vai intercalando vai ficar bem mais tranquilo, né.

¹⁶ IFSC. Instituto Federal de Santa Catarina

¹⁷ CEFET. Centro Federal de Educação Tecnológica

(...) Porque por exemplo, a gente tem um amigo que mora aqui em cima. Ou a gente fica por aqui mesmo e a gente consegue ter um horário mais de sono né? Daí a maioria do pessoal tava ficando por aqui, mais quem tem casa longe por exemplo, como eu. Eu moro lá no Campeche, é complicado, mas daí a gente vai se arranjando, a gente fica por aqui, a gente fica aqui no Pérola pra dormir, pra poder ter umas horinhas de sono a mais né. (...) Daí a gente opta às vezes, tem a opção de fazer hora extra ou não, e daí como já tá aqui eu já prefiro fazer tudo com turno de hora extra, pra trabalhar o máximo né? Daí eu faço sempre a escala... (...), eu prefiro assim, já que já tá aqui. (...) Aqui acabava assim, uma hora da manhã. A gente acabava, e entrava as oito... mais umas seis horinhas de sono, já (de sono). É mais ou menos que nem na faculdade né, na faculdade ainda tem dia que eu durmo menos do que aqui! (Perseu)

Triângulo, assim como Perseu, também se colocou na posição de negar as insurreições produzidas pelo processo de trabalho antes de refletir sobre ele. Marido e pai de família, suas lembranças e imagens apontam para um ajustamento do *habitus* profissional, a fim de perseguir uma superação que o conduza a outras perspectivas econômicas e profissionais:

Eu estava precisando trabalhar em Buenos Aires, e fiz muitas coisas bem distintas, sabe? Eu trabalhei com oficina, trabalhei com computadores, informática, trabalhei com sistemas automáticos, vendas, na área de vendas, tipo, vender para os Estados Unidos, México, na Europa mesmo, vendi também produtos, cara a cara. E aí uma das coisas que eu fiz foi trabalhar em eventos, lá em Buenos Aires, e achei que dava bem mais dinheiro para trabalhar de garçom. (...) Não fiz cursos. Comecei faz quatro anos. No Pérola, eu vim aqui, fazer uma entrevista. Eu vim aqui para fazer uma experiência, a história de trabalho, e acho que fechou ali na necessidade que o Pérola tinha. Tinha necessidade de falar inglês, e eu falo inglês, sou bilíngue... Falo Inglês, Espanhol e Português também. E na casa comecei em novembro, fazendo testes, em eventos, casamentos, casa aberta, como freelancer, e fechou como empregado fixo. Acho que foi 15 de dezembro que começou a contar. Sim, já de novembro, que não tinha casa aberta, mas tinha os eventos ali para começar a temporada, e fiz tudo certinho, fui convocado

para trabalhar e acho que o chefe gostou... E aí me ofereceu para ficar fixo, tive que fazer rapidinho os papéis que não estavam certos, mas deu tudo certinho para fazer na hora e no dia que precisava, no dia quinze. Na realidade eu já trabalhei na praia, na Barra da Lagoa. Eu já tive outras experiências em seis meses de hostess, fazendo recepção, de noite, café da manhã, barman, tudo assim, um pouquinho de tudo, então tenho experiência em várias áreas de trabalho. (...) Antes tinha trabalhado de barman, quase simultâneo que eu fiz na praia... Eu acho melhor quando tem um ritmo alto de gente do que quando não tem muita gente, porque não ter muito o que fazer para mim é pior do que ter muito trabalho. Quando não tem muita gente na casa, tem que fazer outras tarefas que tem concertos na casa... Essas coisas que fazem parte da abertura e fechamento da casa, entende? Servir, não é que eu adoro, não é que a gente escolheu esse trabalho, então eu faço do meu jeito. Tudo que eu faço eu gosto de fazer certo, eu sou, assim, detalhista (...). Eu não vou ficar toda a minha vida trabalhando de garçom, eu tenho projetos, meu projeto é ter meu próprio local, meu próprio restaurante, meu estabelecimento. Eu já tive muita experiência, eu acho que tenho facilidade para me relacionar com gente, de distintos lugares, assim, relacionamento. Eu acho legal fazer seu próprio negócio. (...) Porque a gente já tem experiência nas outras áreas. Quando eu vim aqui, no começo do ano passado, trabalhava na Barra da Lagoa, fiz trabalho de faxina, eu não tenho problemas... mas não é meu plano de vida ficar toda vida assim, fazendo trabalho de garçom apenas. (Triângulo)

3.4 A racionalidade de corte e a ponte entre mundos

Elias (2001) explica que a *racionalidade de corte* são modos de se pensar uma ação premeditada cujos objetivos são calculadamente perseguidos e superados passo a passo. Estratégias administradas de forma a favorecer o estrategista (no caso, o garçom) na obtenção de reconhecimento, privilégios e status (que não lhe seriam dispostos de outro modo, senão pela ação racional e interessada em uma compensação), a *racionalidade de corte* foi exposta em diversos momentos em campo sob condições muito peculiares. Neste tópico, em especial, observamos que a *racionalidade de corte* exerce-se também

através do uso da ocupação do próprio ofício no campo – ofício de garçom –, que os leva ao exercício da profissão utilizando-a como agência mediadora, como uma ponte entre mundos, objeto facilitador que lhes dispõe o alcance ao conhecimento sobre outras culturas para além das suas, lhes fornecendo a visão de um capital cultural e simbólico que de outro modo lhes seria negado, como explica Lagartixa:

Eu sou jornalista, então fora daqui eu trabalho num projeto itinerante de cinema do governo federal, (...) eu viajo pelo Brasil com cinema itinerante, (...) e vou te dizer que eu ganho relativamente bem, mais do que eu estaria ganhando como jornalista. Só nesse período, entrei dia dezoito de dezembro, até agora em janeiro deu para ganhar muito mais do quem se eu estivesse numa redação. (...) Me formei na melhor faculdade de jornalismo do Brasil, então eu trabalhei na Zero Hora, lá em Porto Alegre. (...) trabalhava mas eu via meus colegas da redação ganhando aquele salário e aquilo ali não evoluía, entendeu? Eu sou um cara que eu penso assim, eu quero o melhor para mim e quero acrescentar o máximo de dinheiro que eu puder ganhar, então, é como eu digo, se eu tiver que ir no inferno buscar o dinheiro eu vou, como eu fiz quando fui para o navio, entendeu? Era puxado? Era puxado. Se ganhava um dinheiro bom? Ganhava dinheiro, trabalhava um horror, mas eu desembarcava depois de oito meses e estava com um bom dinheiro, apesar de ser puxado, e coisa, mas então não tive problema. **(P) Isso te acrescentou tua vida como jornalista? Como é que tu vislumbra isso?** Eu acho que foi muito válida, assim, porque eu conheci gente, tenho amigos de tudo que é lugar, tenho amigo italiano, indonesiano, filipino, indiano, entendeu? Morei com num indiano, morei com filipino. (...) conheci diversos lugares, que seu eu fosse pagar não teria condições de ir. Fui para Espanha, Portugal, Croácia, Holanda. Trabalhando como garçom, o Mediterrâneo ali eu rodei todo. Eu acabei aprendendo. O navio, a empresa era uma companhia italiana; francês eu peguei um pouquinho mas só aquele de servir (...). Chegou uma brasileira com duas francesas, e aí tomavam champanhe, aí ela foi falar em francês, e aí conversamos e meu deu cem reais de bobeira, assim, sabe? Porque eu troquei uma ideia com ela, sabia servir direitinho (...). Gostaria de aprender mesmo francês e falar alemão também, que eu acho um povo muito organizado, certinho, então no navio

o pessoal que eu mais gostava de atender era o alemão, que abriu às sete horas o restaurante, sete e um ele está sentado lá! E ali tu atende bem e ele te dá dinheiro. Italiano não. Italiano chegava atrasado, brasileiro chegava atrasado, então eu gosto, só que alemão é difícil (...). **(P) Como é que tu vê a profissão de garçom?** Então, antes de começar eu tinha meio que assim, meio que preconceito, sabe? Tipo, o cara não sabe fazer nada, vai trabalhar de garçom, mas não é. Existem pessoas que não sabem trabalhar de garçom, que não sabe fazer nada e vai trabalhar de garçom, mas tem muita diferença entre que tu vê no lado profissional. Aqui não é todos, eu acho que na praia não tem nenhum. Eu atendo os gringos, porque eu falo inglês, entendeu? Aí sempre já chego, já me levam eles porque sabe que eu vou trocar ideia em inglês com eles, italiano eu falo bastante, converso, mas como é que tu fala italiano? Eu acabei aprendendo, no navio, a empresa era uma companhia italiana, francês eu peguei um pouquinho, mas só aquele de servir, “E aí, oi, tudo bem?”. Aí chegou uma brasileira com duas francesas, e aí tomavam champanhe, aí ela foi falar em francês, eu aí conversamos e meu deu cem reais, de bobeira, assim, sabe? Porque eu troquei uma ideia com ela, sabia servir direitinho e tudo, então para mim acrescentou bastante (...), hoje em dia eu acho que não é só um idioma que o cara tem que ter; no mínimo dois, três, quanto mais, eu me arrependo de não ter feito outros idiomas antes, entendeu? Que eu gostaria de aprender mesmo francês e falar alemão, também, que eu acho, para mim, eu sou fã do povo alemão, para mim eu acho um povo muito organizado, certinho, então no navio o pessoal que eu mais gostava de atender era o alemão, que abriu às sete horas o restaurante, sete e um ele está sentado lá, e ali tu atende bem e ele te dá dinheiro italiano não, italiano chegava atrasado, brasileiro chegava atrasado, então eu gosto, só que alemão é difícil, eu sei também o básico do básico, mas isso também estou falando de uma experiência única para mim, trabalhar em navio, coisa que eu me lembro, assim, muito bacana: eu estava embarcado no Concórdia, aquele navio que afundou, fiquei oito meses e meio naquele navio. Desembarquei do Concórdia dia 16 de maio de 2009, e ele naufragou foi ano passado. Não conheci o capitão, porque muda. O capitão ele embarca, fica quatro meses aí troca entendeu? Eles têm contrato bem curto, eles ganham horror de dinheiro para

trabalhar só quatro meses, aí o garçom trabalha oito meses e meio. O Concórdia era para ter ficado oito meses, eu acabei ficando oito meses e meio. (...) Já estava acostumado, emagreci horrores... (...). Porque era uma correria toda hora, comida ruim eu tinha. Como eu trabalhava no restaurante eu comia bem, porque eu separava comida de passageiro para comer, e ali eu trocava por bebida com os caras do bar, entendeu?(...) Eles querem cinco filé mignon, eu trazia sete, já separava dois para mim, entendeu? (...)! (...) **(P) Tu burlava a cozinha?** Exatamente! Tipo, o cruzeiro do Roberto Carlos lá; separei quatro lagostas, comi duas, não aguentei, joguei as outras duas fora, vai muita coisa fora. (...) É, é muito desperdício também, porque eles não podem aproveitar, vai muita comida fora, chega a dar dó do que vai de comida fora, não tem noção! Coisa que encostou, “Ah, não gostei”, mas como está pago, né? Volta, devolve o prato, é assim, então eu comia bem, só não tinha acesso muito à bebida. Só que os caras do bar eles não tinham acesso à comida, porque era outro departamento, entendeu? Aí eu trocava cerveja, garrafa de vinho, e vinho eu gosto. Então eu trouxe da Itália quarenta garrafas de vinho, uns vinhos bacanas, uns vinhos caros aqui, (...) daqueles vinhos guardados lá. (Lagartixa)

Capítulo 4

O REI E EU

As percepções sobre os ricos e a metáfora do neofeudalismo

Este capítulo investe nos estudos da história das relações entre garçons e seus clientes. Aqui a pesquisa busca referências para a história das relações servis entre garçons e clientes nos reinos monárquicos europeus e nas sociedades de corte que existiam sob a tutela do feudalismo, como modo econômico e político; tais relações produzem interdependência entre os nobres (que detinham títulos de nobreza herdado ou adquirido) e os servos, cada qual em uma estrutura relacional oposta. Assim, podemos observar aspectos históricos, racionais e subjetivos que produzem a “elevação” dos clientes a uma estilização e condição superior aos empregados (garçons) dos *beach clubs*, segundo códigos distintivos (econômicos, midiáticos, sociais, etc), para poder investigar os modos de percepção dos garçons sobre seus nobres clientes.

O elemento analítico que pretende investigar um tipo de *estética distintiva* detém a articulação de três aspectos essenciais: *corporeidades, rostificação e vestimentas*. Com *corporeidades e rostificação*, observamos as manifestações que expressam em um corpo um determinado lócus e aspiração social a partir de suas ações individuais, comportamento e/ou conduta adquiridas nas vivências práticas. Com o aspecto *vestimentas*, buscamos a percepção relativa ao valor estético dos objetos utilizados pelos agentes e que os representam em suas preferências e aspirações (como roupas, joias e acessórios). Contudo, para podermos avançar agora com a *estética distintiva*, devemos investigar para além dos conceitos políticos e sociológicos de Elias e Bourdieu: são necessárias aqui inclusões de historiadores e sociólogos para compreendermos que tipos de capitalização (essencialmente simbólica e cultural) sobrepõem e motivam a configuração de uma formação social que, embora geográfica e territorialmente pequena, é internacionalmente cultivada e constituinte dos interesses globais. Tão essencial como tais relatos é a relação conceitual que hoje comportam os sistemas de identificações, avaliações, comparações e críticas que participam dos processos de reconhecimento e legitimam tais formas sociais, políticas e econômicas do passado como formas originárias dos possíveis de hoje, de modo que (e via de regra) para compreendermos o presente é indispensável revisitarmos aspectos típicos da transição do

feudalismo para o capitalismo, apenas aparentemente distantes da nossa época.

O que nossa pesquisa procura investigar é a possibilidade de desenvolver uma *metáfora* que evidencie os paralelos imagéticos e/ou as semelhanças empíricas entre estas determinadas relações que se dão no mundo de trabalho (salvas as diferenças de contexto e de campo entre espaços e tempos históricos, políticos e geográficos): entre a relação de suserania/vassalagem (típica das sociedades de corte feudais) e a relação de patrão/empregado (assalariado), caracterizada pelo vínculo empregatício e que, originária da relação anterior, é hoje reconhecida e legitimada devido a própria evolução de seus processos, procedimentos, normatizações, conquistas e aspectos legais.

Para ambas, é comum o vínculo empregatício, em que o fundamental é o fato jurídico – como quando um empregado empresta seus serviços a outro (o empregador) na forma de pessoa física ou jurídica, caracterizando-se esta relação pela pessoalidade, onerosidade (quando os serviços são pagos em dinheiro), e não eventualidade (quando a prestação de serviço é constante e reiterada continuamente). É comum também a subordinação jurídica, que concentra todo o controle do serviço sobre o empregador, cabendo ao empregado servi-lo de acordo com as necessidades e interesses econômicos do patrão.

No entanto, a metáfora que propomos aqui para pensarmos a relação de trabalho de patronato que se dá na propriedade privada, característica máxima do empreendimento imobiliário jurereriano, segue uma orientação de ordem “*neofeudal*” talvez porque o centro de sua fundamentação, ordenação e reprodução estão no próprio fato de sua pertença à propriedade privada e nos tipos de normatizações que esta impõe enquanto território autônomo e autossuficiente, regido e orientado segundo os interesses e necessidades de seus proprietários, clientes, herdeiros e associados exclusivos.

Mas longe de pensarmos o neofeudalismo devido à sua prerrogativa enquanto propriedade privada, e em autonomia normativa e executiva em seu caráter eminentemente prático, a metáfora do neofeudalismo acarreta em uma multiplicidade de dimensões políticas e socioeconômicas que agem tanto em sua estrutura mental como em sua estrutura objetiva e que assim são mobilizadas e se articulam de modo dialético. Tais estruturas objetivadas produzem subjetividades correspondentes a tais objetivações, mas acima de tudo são oriundas e expoentes da estrutura mental que funda e fundamenta as tradições das

sociedades de corte europeias (ou seja, as suas ordens, suas orientações e seus limites éticos, estéticos e político-econômicos).

Não obstante, as sociedades de corte europeias que perderam e que ainda estão em atividade no século XXI estabelecem e mantêm um sistema em que o jogo político estético e ético é relevante demais para abalar-se frente às conquistas do mundo do trabalho moderno; com isto, tal estrutura mental (crenças, práticas e hábitos ancestrais) é recriada no cotidiano da estrutura objetiva que social e historicamente condiciona e dispõe no espaço social e no campo de trabalho jurereriano os códigos, regras e normas que irão operar sobre as condutas - ou sobre o *ethos* e a *hexis* dos garçons jurererianos. Sob este prisma neofeudal, propomos um novo modo de pensar os agentes, as suas relações sociopolíticas e socioeconômicas produzidas com as suas condições de trabalho que ainda reproduzem as características originais do laboro servil de uma corte feudal.

Nesse sentido, nossa pesquisa busca a análise de subjetividades contidas não só nos sistemas econômicos, mas nas práticas que estes cristalizam nos diversos campos sociais e políticos, como espaços de sobrevivência e de disputas que mantêm características (guardadas as devidas proporções) de uma sociedade de corte¹⁸ em pleno século XXI:

1) há visivelmente, dentro da relação patrão e empregado, a configuração de uma relação de suserania, não apenas devido a aspectos empíricos, mas, fundamentalmente, pela carga de subjetividade de uma conduta servil cortesã e cortês por parte do garçom, que mobiliza uma ação cotidiana interessada em chamar a atenção pelos favores e galanteios que presta aos seus superiores (senhores clientes);

2) os agentes nesta condição, antes de cidadãos, são súditos, constituem um sistema de alianças com os senhores em que um submete-se ao outro para garantir a sobrevivência e a segurança de ambos e da estrutura espacial, física (e logo social e política).

¹⁸ Em uma época marcada por guerras e disputas territoriais, muitos senhores precisavam de ajuda e de proteção militar, que obtinham por meio de alianças com outros senhores. Assim, acabaram por se formar verdadeiros sistemas de alianças, conhecidos como suserania e vassalagem, fundamentados em rituais de honra e fidelidade: um senhor prestava um juramento de fidelidade e obediência a outro, este por sua vez concedia-lhe um benefício: o uso de uma fonte de renda temporária, geralmente o feudo (mas não lhe atribuía a aquisição definitiva de parte de sua propriedade). Além de terras, podiam fazer parte dos feudos outras riquezas, como joias e o direito de receber outros tributos. O senhor que prestava o juramento era chamado de vassalo, e o que concedia o benefício, suserano. (pp.192)

3) os patrões e empregados (suseranos e vassalos) estabelecem em suas próprias ações cotidianas o *habitus* cortesão, reproduzindo o ethos servil típico das sociedades de corte¹⁹;

4) patrões e garçons se mobilizam desta forma não somente por uma premissa gestora, mas dispostos por um posicionamento ordenado e coordenado de etiquetas *gentis* (e *servis*) em seus gestos, expressões e falas (a linguagem cotidianamente utilizada para dirigir-se contidamente uns aos outros);

5) a disposição autoritária e limítrofe dos patrões em suas funções diárias irá normatizar, julgar (no sentido de avaliar e prover as consequências) e supervisionar as funções, a produtividade e a conduta dos vassalos de acordo com as vontades e os interesses do suserano (patrão), e não conforme as necessidades de ambos (isto, como veremos, confirmou-se durante as entrevistas de campo);

6) à vassalagem cabem a mão de obra constante e contínua e a fé perpétua à promessa de uma breve proteção financeira (ao contrário do que era nas relações suseranas, em que os servos, camponeses e artesãos medievais ocupavam todas as funções nos feudos, como plantar, colher, cuidar dos animais, executavam as lavagens e limpezas de roupas, objetos utilitários e decorativos, os móveis e ambientes da “reserva senhoril” – aqui, no caso, os “castelos” com bangalôs à beira-mar, cada um com sua bandeira ou brasão, ou seja, os *beach clubs*); os vassalos cozinhavam e serviam todas as refeições dos senhores feudais; mantinham a provisão e a estocagem dos alimentos; faziam todos os serviços de manutenção para poder permanecer nos feudos em troca de habitação, alimento e proteção militar.

É possível estabelecermos a metáfora do neofeudalismo aplicando-a sobre o ethos e a hexis do trabalho servil dos garçons jurererianos? Podemos observar paralelos entre o feudalismo original e o *neofeudalismo* de Jurerê Internacional? Certamente. Seja por um efeito mimético da educação tradicional e conservadora, ou por constituir o próprio reflexo dos desdobramentos da imagem do feudalismo original, a relação contemporânea entre patrão e garçom dos *beach clubs* de Jurerê Internacional apresenta semelhanças normativas e valorativas pontuais, e produz associações imediatas para com as origens da configuração feudal europeia, como por exemplo:

¹⁹ *Cortesão*: agente que executava atividade diferenciada na corte real, para acompanhar o rei em suas horas de entretenimento e em suas refeições na corte, mais conhecidos como “*gentis-homens*”.

- ambas as configurações se reservam o direito de proteger os desvios éticos e econômicos de suas funções (empregos temporários e/ou sazonais), pois ambas são estabelecidas pela prerrogativa da condição de os agentes coexistem porque habitam em propriedades privadas, ou seja, compreende-se que há a ocupação de um território “fechado”, sem a alienação de propriedade e, logo, de acumulação de riquezas materiais;
- temos a evidência imperiosa de proprietários e/ou associados geralmente reunidos por laços consanguíneos o que comprova a relação de hereditariedade quanto à propriedade privada;
- além dos proprietários e herdeiros, temos os seus empregados que obedecem estritamente aos seus interesses e orientações mesmo que estes não estejam de acordo com seus objetivos, costumes ou crenças;
- há o território geográfico, social, político e financeiro delimitado, cujas normatizações, aspirações e limites aparentemente lhes são comuns e acordadas; e neste sentido e guardadas as devidas proporções de tempo e espaço e configurações sociopolíticas, podemos observar algumas particularidades e resquícios de obrigações ancestrais que ainda permanecem:

Os servos e vilões tinham uma série de obrigações para com os senhores: a **corvéia** – trabalho gratuito nas terras do senhor em alguns dias da semana como arar, construir recintos, armazenar a colheita e transportar cargas (...); a **talha** – entrega de parte da produção agrícola dos mansos servis e livres²⁰ ao senhor; a **banalidade** – pagamento ao senhor pelo uso das instalações da reserva senhorial; e a **taxa de justiça** – cobrada pelos senhores para a utilização dos tribunais presididos por eles ou por seus representantes. Os servos também eram obrigados a pagar a **capitação**, contribuição cobrada por cabeça; (...) e a **mão morta**, tributo pago pela família do servo após sua morte para continuar com a posse da terra. (cf BONIFAZI e DELLAMONICA, 2002, pp. 192)

²⁰ Manso servil: subdivisão; uma das três partes de uma propriedade do senhor feudal reservada para uso dos servos; manso livre: destinada aos camponeses sem vínculo permanente com o feudo, (cf BONIFAZI e DELLAMONICA, 2002, p. 191, 192).

A *corveia* de hoje é um sistema de recompensas somadas aos salários mensais; conhecida como “hora extra”, é fonte de renda explorada pelos garçons de todos os *beach clubs*, mas é principalmente fonte de mais-valia para os patrões. A *talha* de hoje está no próprio lucro de cada empresário, dos quais os garçons e outros empregados não participam, por mais que produzam nos processos que popularizam e fomentam o consumo midiático e financeiro destas casas. A *banalidade* encontra-se hoje no fato de o garçom de um beach club trabalhar servindo refeições muito distintas e distintivas (por suas especiarias e condimentos, tipos de procedimento culinário e raridade material), sem que jamais possa ter acesso a elas, tendo que pagar para poder consumir qualquer porção daquilo que oferece e serve (sem, no entanto, nem conhecer ou consumir tal produção alimentar). A *taxa de justiça* corresponde aqui aos custos de cada processo que o patrão tem que quitar periódica e formalmente para poder contratar e manter o seu garçom efetivo (e temporário) nos *beach clubs* durante e fora de temporada, pois nos custos de contratação estão as garantias de emprego ou os critérios legítimos reconhecidos pelo patrão à defesa dos empregados.

A pesquisa de campo indica que hoje coabitam simbioticamente sobre os trabalhadores influências do movimento iluminista e do humanismo, mas, em boa parte, às avessas (pois a onipresença de Deus é evocada constantemente nas entrevistas como ativa e não apenas mediadora, mas de agência substancial e determinante), expondo um teocentrismo acentuado, deslocado, mas essencial às condições de trabalho visitadas, de modo que Deus e o Rei (os clientes) provêm e asseguram poder sobre quaisquer condições e aspirações sociais e econômicas dos garçons – dados que irão emergir também nos capítulos posteriores.

4.1 “As aparências enganam?”

A pergunta expõe a mobilização do jogo de (in)verdades, situada entre a dimensão material e a subjetividade individual e coletiva dos agentes. O jogo afeta e até determina o uso da decoração e na proporção dos ambientes, e suas propriedades estéticas são no limite as representações de suas necessidades, crenças, aspirações, conhecimentos e condutas – e é isto é o que revelam os recortes das falas de Boieiro:

(P) E a remuneração? Seria muito trabalho aos olhos do povo local, seria pouco trabalho e

pouco dinheiro? Pouco dinheiro no Quartzó é impossível, tá. (...) As pessoas vêm para cá para rasgar dinheiro e quem ganha somos nós. Se eles querem comprar oitocentas garrafas de Champanha cada um, que é o que acontece porque cada um quer se exibir, uns pedem oitocentas garrafas, outros pedem mil e duzentas garrafas, o problema é deles. Eles vão pagar e nós vamos ganhar 10% do lucro para nós. Vamos levar, vamos fechar a cozinha e levar Champanha para a mesa. (...). (Boieiro)

Lince, por sua vez, nos trouxe os sinais daquilo que Elias (2001, p. 102) identificou como os *fetiches de prestígio*, que se constituíam de rituais recriados pela corte com a finalidade de distinguir relações de maior ou menor prestígio entre os nobres cortesãos e principalmente, perante o Rei, e que, no contexto dos *beach clubs* de Jurerê Internacional, corresponde ao ato de comprar e acender os “foguinhos”, que, como ela nos conta, são tidos como uma verdadeira demonstração de altíssimo status econômico. Mas essa ostentação, para ela, tem um efeito duplo: ao mesmo tempo em que ela o problematiza, parece admirar tal possibilidade:

(P) Como é que os garçons veem esse tipo de público (...)? Como é que tu vê o público do Beach Club? O público do Beach Club é um pessoal que tem mais um dinheirinho melhor assim. Tem todos os tipos. Tem mais rico, classe média (...), gasta uns quatrocentos, quinhentos (reais) mais ou menos. É, milionário gasta bem mais. Tem gente que gasta vinte, trinta mil. Tem gente que gasta setenta mil, cento e vinte mil por semana. (...) Mas quando tem festas grandes daí vem o público que tem mais dinheiro, assim. (...) Eles são mais educados, as pessoas que nascem de berço. Agora essas pessoas assim que eu acho que são mais emergentes que ficam rico do nada assim, eles são mais difíceis de lhe dar, assim, se acham um pouquinho, assim, sabe? São mais metidos, assim, os que têm dinheiro mesmo de berço são as pessoas mais educadas, mais legais. Dá para saber que são pessoas mais fáceis de você atender, assim, um público melhor para você atender. (...) O novo rico é muito mais exigente. É o que vem mais na casa, o novo rico. Buscar status, assim, de ostentar também, “Agora eu tenho dinheiro, eu vou no Pérola.” (...) **(P) E qual foi o produto mais estranho que você serviu? Mais excêntrico, mais?** Ah, é que pra mim aqui é tudo tão normal, e é o que mais tem, o Dom Perignon, assim, o champanhe mais caro que eu vendi foi Dom Perignon, que era dois e duzentos na época. Dois mil

e duzentos a garrafa. Dom Perignon é cara, a primeira champanhe do mundo. Nunca tomei, Dom Perignon não. . **(P) E tu aconselhas tomar Dom Perignon mesmo sem ter nunca tomado?(...)** Tem muita gente aqui que gosta, “Ah, eu estou comprando!”, só para os outros ver que você está comprando sabe? Nem gosta de beber tanto, mas gasta muito dinheiro para mostrar para os outros que tem, né? Que ele não bebe, nem chega a beber, gasta horrores e joga champanhe para cima, só para mostrar mesmo, que a partir de um tanto que você gasta vem foguinho na bebida, fica aquele fogo, fica todo mundo olhando, chega no camarote da pessoa com um monte de foguinho, assim, aí a pessoa pede só para isso mesmo. Que daí a pessoa vai lá e vê foguinho, daí a outra pessoa fala assim, eu quero foguinho no meu também e daí gasta um monte de dinheiro para botar foguinho nele também. (Lince)

Andrômeda apresenta uma perspectiva peculiar; para ela, a riqueza pode produzir necessidades e reações diferentes em agentes que possuem capital financeiro até similar: ela destaca a disposição social do “novo rico” para quem, a seu ver, o capital cultural e a o capital econômico parecem estar desarticulados e, em concordância com Bourdieu (1996, p. 22), *“o mesmo comportamento ou o mesmo bem pode parecer distinto para um, pretensioso ou ostentatório para outro e vulgar para um terceiro”*.

(P) Como é que tu percebe, como é teu processo de reconhecimento quando um cliente é milionário ou bilionário? Aqui a gente tem muito uma questão do “novo rico”. O rico mesmo, o rico, ele passa despercebido. A pessoa que tem realmente muito dinheiro é uma pessoa discreta (...) clientes nossos cotidianos né, e a gente acaba tendo um relacionamento e conversando e vê sabe, que são pessoas com muito dinheiro, tem casa no mundo inteiro, que tem um apartamento de milhões aqui em Jurerê pra veranear, né, e que passa o ano viajando e que tem empresas, negócios e tal. Essas pessoas são super discretas, né. Consomem uma espumante mediana, justa - o que a gente chama de justo: que o preço vale pela qualidade que tem, não o rótulo tá dizendo que “Ó, tô pagando caro porque tenho dinheiro!”. Tem muito disso aqui em Jurerê. (...) Então tem o novo rico que gosta de aparecer e que gosta de mostrar que tá tomando a champagne de rótulo laranja, né, pra mostrar que é laranja e que todo mundo vai ver... E tem o rico mesmo de beço

que é super discreto, que é super educado, que não é cheio de frescura, que não quer ter suas vontades atendidas, então tem esses dois lados. Tem sempre o "curioso" né, o cara que tá com dinheirinho contado mas que quer ver como é que é, quer conhecer, quer participar também, acho que no mundo inteiro tem isso né. A grande, maior parte, é a classe média que tá aflorando. . (P) **E tu achas eles mais cômicos, ou tá mais prum drama assim - essa desconexão com a riqueza, com o bom gosto?** Eu acho que é um público muito bom, porque é um público que tá descobrindo algumas coisas que não tinha antes, então é curioso, é um público que experimenta mais coisas diferentes, "Ah, nunca comi isso mas quero ver como é que é", que pergunta muito do cardápio. (...) Não é aquele cara que já chega querendo, sabendo que vai tomar um Petit Chablis e que quer determinado tipo de comida, e não é aquele que tá deslumbrado com toda a grana que tá ganhando, que o pai tá ganhando, e que quer mostrar que tá cheio do ouro. É o cara que vem e que senta com a mulher ali no deck, ou com a namorada, ou com a família e com a filhinha pequena que quer curtir, quer passar a tarde tomar uma espumante mediana, comer uma boa comida, tá saindo um pouco do rodízio de camarões ali né, da sequência de camarão e vem descobrir outras coisas. Acho que é um publico bem interessante, muito bom de lidar. (Andrômeda)

4.2 A soberba e a vaidade como fundamentos da legitimação da desigualdade

Dentro do aspecto da mobilização estética - que pode produzir outros valores a orientar as condutas dos agentes -, os entrevistados recordam de casos em que a vaidade de seus nobres clientes estimulou despesas extremas, excessivas e incomuns. Esses valores precederam a legitimação do alto status, da soberba e do imenso e talvez ilimitado poder de compra desses clientes. No entanto, ao correr para servi-los em cada um de seus desejos, ao bem dos seus próprios interesses, Libra reproduz o que Elias (2001) chamou de *racionalidade de corte*, um modus operandi forjado da necessidade de se estabelecer estratégias a fim de que se produzam condições oportunas para a conquista de confiança ou mesmo de bens, formas possíveis da gama de objetos relativos aos interesses individuais.

(...) Quando eu trabalhei de dia foi quando eu ganhei esses quatro mil reais de gorjeta, e agora eu saí dessa parte de dia para trabalhar à noite. É outro mundo, porque o pessoal de dia, o pessoal já fica, já vai para praia, não sei o que, chega na balada para destruir, e o que eles fazem é, por exemplo, tem essa garrafa de Champanhe de quinze mil reais, é chamada Dom Pérignon, uma garrafa de três litros de Champanhe, você pode escolher a música que você quer ouvir na hora, o DJ toca música que você quer ouvir na hora, vai vários foguinhos, foguetinhos... Quer ver? Faço vídeo de onde eu trabalho (...). Tipo, que eu chego em casa quero contar para as minhas mães, para os meus pais, para os meus amigos, porque se você não vive lá, você não trabalha nesses lugares, é até difícil de acreditar nessas histórias, o cara gasta cem mil reais numa noite, da última vez foi em duas noites, o cara gastou mais de trezentos mil... Então, essa realidade para quem não conhece acha que... É. Um cara! Quinhentos e cinquenta essa garrafa de Champanhe... (...) Então, o que ele faz, ele pega essa de 550, pega uma mais barata também...(...) Você vê, não é? Tem as Top Models, têm todas essas mulheres. A educação refinada... Eu não sei o que é uma educação refinada. (...) As mulheres muitas vezes são mais grosseiras que os homens, elas te dão uma taça, “Quero mais, faz mais um copo para mim!”... Então até quando você recebe um muito obrigado de uma mulher você fica até “Legal...”. Agora está começando a mudar isso, mas geralmente as mulheres elas não estão nem aí, querem mais bebida e é isso, entendeu? E elas estão atrás dos clientes que estão com mais dinheiro, porque aí tipo, essa garrafa de Champanhe que vai custar quinze, o cara é o cara da festa, aparece até o nome dele no telão. (...) Aparece o nome dele no telão, que compra seis garrafas de Champanhe, aparece o nome dele no telão, e o número da garrafa de Champanhe que ele comprou, então ele é o foco das mulheres, elas vão... (...) Ele é o cara, não é? Ele é o cara, aí bota o nome dele, bota uma frase, ele para a festa, para a festa. (...) Tem uma outra história interessante, você vai gostar, uma vez esse cliente que gasta cem mil, duzentos mil, ele conheceu uma menina, era aniversário dela, e aí tinha uma banda, a banda estava tocando, a Banda Eva estava tocando, e ele falou, “Libra, se a banda cantar parabéns para minha namorada eu dou dez mil reais para a banda e dez mil reais para você”. É. Dez mil reais

para a banda e dez mil reais para mim. Era o dinheiro do meu carro, eu estava na época querendo comprar um carro, e eu fui, nossa, saí correndo, pô, meu carro, eu preciso desse carro aqui, para ir de ônibus são duas horas e meia que eu gasto, para ir trabalhar, duas horas e meia que eu gasto para ir e duas horas e meia para voltar, para ir e voltar de ônibus, tem que ter um carro, muitas vezes tive que alugar carro para ir de carro alugado, duas horas e meia é muito cansativo, eu chego em duas horas e meia lá para chegar às nove, a festa começa mesmo duas e meia, três da manhã, então eu fico cinco horas ali sem fazer nada. Nessa hora ali a gente sentado, energético, toma muito energético. Eles não dão comida, a gente come Xis, todo dia é Xis, Xis frango, uma coisa assim, mas esse período do começo é mais intenso, o cara ia dar dez mil reais para mim, eu saí correndo, consegui falar com o cara, achei um dos donos e o cara falou, não, só se ele der cem mil, eu falei, pô velho, que sacanagem, o cara vai me dar dez já, tá bom, que merda, e aí encontrei um outro dono, que é mais gente boa, já conhece esse cliente ele falou, beleza, pode falar que tem que passar um rádio para a banda para eles tocarem, tem que achar o cara do rádio, não sei o que, e para achar esse cara do rádio? Sumiu, velho, não achava, não achava, e a banda parou de tocar, por vinte minutos, em quinze minutos eu encontrei o cara do rádio, então por vinte minutos eu perdi dez mil reais, e o meu cliente indignado, eu já falei que vou te dar, está aqui os dez mil, eu vou te dar os dez mil, vai lá, que quero que toque, e eu não consegui, perdi os dez mil reais. O macete foi que eu devia ter ido correndo para ganhar os dez mil, não ter guardado o rádio, depois que cantou o parabéns já era, o cara eu já ganhei os dez mil, mas depois eu perdi. E aí passou vinte minutos, ele, meu cliente me chamou e falou, traz um cachorro quente para ela, eu, pô, cachorro quente essa hora? Pagou quinhentos reais pelo cachorro quente. Quinhentos reais pelo cachorro quente, aí eu olhei para ela, teu cachorro quente é completo, com mostarda, sem mostarda? E tal, fui ali, paguei cinco reais no cachorro quente e o cara me deu quinhentos reais pelo cachorro quente. (...) O cachorro quente mais caro do mundo. Foi para ela, muitas vezes tem cliente que compra garrafa de 7 mil reais, de 15 mil só para eles beberem, só para ele e ela, o pessoal chega muitas vezes de segurança particular, e tudo, muitas vezes os seguranças falam assim, olha, isso aqui é só para a primeira dama, o presidente e a

primeira dama. Esse cliente é meio que assim, os caras já vêm com quatro seguranças, cinco seguranças particular, e tudo, tem uns que chegam de helicóptero, e tal, no estacionamento da festa Ferrari, Porsche tu nem olha mais, porque tem muitas, tem uns carros que tu nunca viu tu fala, que carro é esse? Que Ferrari e Porsche tem muitas, é mato, é uma loucura. (Libra)

4.3 Um céu para os leões

O jovem Perseu parece perceber os nobres clientes como leões fortes e enormes que, em suas jaulas de ouro, se deleitam e consomem tudo que podem, tendo todos os seus desejos atendidos - mas ainda como leões, que a qualquer hora podem comer qualquer um. Por outro lado, Perseu entende que há perdas, muito mais do que ganhos, entre as jaulas dos prazeres, como a perda das experiências das trocas afetivas que se estabelecem com os vínculos que os homens criam, quando aprendem a lidar com adversidades e carências que lhes são comuns. Para ele, tais experiências possibilitam a produção de sistemas valorativos positivos indispensáveis à convivência social. Perseu pode não se dar conta da imbricagem entre duas forças: a força do poder religioso, a quem vale o sacrifício de um pela salvação de todos, e a força de um *habitus* de classe, ambos forjados na pobreza econômica e na escassez do consumo. Esse *habitus* de classe, ocidental e cortesão, origina-se na antiguidade da relação de trabalho escravo que evoluíra à relação de trabalho servil; se apresenta com a permanência de suas normatizações, valorações e na estrutura de seu ethos corporal (o ethos servil); para ele e a maioria dos entrevistados, estas origens sucumbem a valores cultivados em um tipo de relação social em que está claro que, se há um agente superior social e economicamente, é porque há um agente inferior, nestes e em todos os outros capitais e poderes que deles emanam – menos do poder religioso, porque aos pobres pertence o reino dos céus... Mesmo assim, parece haver consenso de que a possibilidade de alteração dessas disposições e, logo, de igualdade nos campos econômico e social é irrisória, no espaço e tempo de uma vida – em comparação àqueles a quem são atribuídas há gerações todas as propriedades territoriais, todos os bens materiais, econômicos e culturais (e neles, todos os poderes imanentes).

Ah, eu acho muita futilidade. Eu sou um que já nem peço gorjeta de jeito nenhum, eu gosto de deixar as pessoas darem assim, porque eu já acho muita futilidade aqui

dentro, sabe (...), porque eu já acho o dinheiro meio sujo, sabe... (...). Tu nunca vai ver um deles conversar sobre a profissão, sabe, não tem um orgulho do que faz. É mais um orgulho do dinheiro que tem, só vem e vai dinheiro, e é só isso que eles sabem fazer, né (...). Eu venho mais por necessidade de ganhar e pra poder me sustentar, e seu eu pudesse eu nem olharia (...). Parece um outro tipo de gente, sabe? É um outro mundo em que eles vivem, é questão de educação... e parece que é só autoridade, de fazer tudo por ele, só que não é assim né. A gente só tá aqui pra atender eles e tem uns que vão e exigem que a gente faça tudo, né, por eles, e acham que a gente é escravo (...). Tem aqueles que ficam ricos né, e os que nascem ricos né, não sei: tem gente bem boa dos dois lados, e tem gente bem ruim dos dois lados né. Aqui acredito que o pessoal, assim o foco mesmo que vai pra camarote, eu acho que é o pessoal que nasce, que já tem o dinheiro de berço e que já vem de pai. Eu vejo assim pelos clientes mais fortes que tem, são esses, que já é de empresa de pai e não é negócio que eles montaram, sabe. Eu acho que já vem e eles tão só ali mantendo, aproveitando, as vezes nem deve pisar na empresa, mas tão ali só lucrando né. (...) Tem os dois, mas a maioria é desse tipo aí. (...) Mas aí é um novo autoritário mas de outro jeito né. Ele sabe que ele já foi, ele sabe como é que é né, não tem como não saber né, eles já passaram por situações quando não eram ricos(...).As vezes tem muita gente que não sabe né? Não conhece responsabilidade (...). É outro mundo né (...). E o trabalho é um ponto só que eles não presenciaram. Acho que tem muitas coisas mais pra eles que falta né, ter um olhar assim, uma experiência pra entender como as coisas funcionam né. Também não é só dinheiro que move as coisas né. (...) Aqui parece que é, aqui é só isso que gira. (Perseu)

No mesmo céu de leões e sob a condição de prestar um trabalho servil, Lira aponta o nosso olhar para o deleite das jaulas bem acabadas, bem decoradas e fartas no mesmo mundo que a paga para que ela, como garçonete, as mantenha assim, com acesso direto e imediato a toda a sorte de necessidades e interesses. Ao nos aproximarmos, percebemos que ela espia pela fechadura, porque só assim consegue enquadrar em um espaço muito restrito todo o brilho, alegorias e enfeites que, antes de assombrar, a atrai e a seduz; e mesmo que a perspectiva de tocá-los seja mínima, o olhar pela fechadura potencializa a sua sensação de interação com a classe A, à qual serve e admira.

Aqui, cada dia é uma coisa diferente, cada dia é uma festa diferente, é um pessoal diferente. Aí hoje é um DJ internacional, amanhã é um Axé, depois de amanhã é um Pagode, aí muda as pessoas que vem, muda o teu trabalho, muda como tu vai lidar com o cliente, muda como que vai tá a tua animação. Isso tudo envolve, tu tem que tá bem animado, tu tem que tá bem apresentável. Tu não pode ser uma pessoa séria num ambiente que tá tocando um Axé, numa coisa em que tá todo mundo pulando feliz, tem que tá mais ou menos, tentar ser bem simpático, pra poder acolher a pessoa (...). Cê vê que ele já tenta interagir, já conversa, já fica mais simpática, já começa a consumir. (...) Eles pedem opiniões de balada, opiniões da praia, ou algum lugar bom pra eles poderem passar uma tarde porque o pessoal que vem pra cá vem pra curtir né? (...) Eles acham que o pessoal que trabalha em balada realmente sabe o que tem de melhor aqui, e não deixa de ser verdade. A gente tenta sempre ficar se informando né, então eles vêm, eles perguntam quais as melhores praias, os lugares que têm as melhores boates (...) Eu fiz bastante cliente amigo aqui porque até essa semana um rapaz ainda me mandou uma mensagem, "Ai, tu me atendeu no show do Jorge Mateus. Eu quero saber como é que eu faço pra pegar um bangalô, reservar camarote!" e não sei o quê (...). (Lira).

4.4 Os sapos de helicópteros: príncipes metrossexuais do séc. XXI

As benesses da riqueza acarretam em uma conformação de vícios, o que expõe uma antiga tradição socioeconômica ocidental que impregna fortemente todo um *habitus* de classe econômica – nesse caso, um *habitus* de classe A. Os sapos dos contos de fada que por um beijo se transformavam em príncipes hoje são sapos que de helicóptero cruzam o Brasil; são príncipes metrossexuais que, segundo os depoimentos da pesquisa, têm estas características: em grande maioria, são herdeiros de grandes fortunas, mas há novos ricos; os dois tipos (herdeiros e novos ricos) concentram o maior número de consumidores ativos; são trabalhadores compulsivos (*workaholics*) do sexo masculino; são heterossexuais solteiros; têm grande propensão ao autoritarismo. É o que podemos observar na entrevista cruzada com Cisne e Coroa Boreal:

COROA BOREAL - Tudo, tênis, relógio, óculos, forma de se vestir, e as mulheres que andam com eles.(...) Claro. Se ele for mais velho, elas são sempre bem mais novas e vem um monte.

CISNE - A gente trabalha na parte de baixo ali (nos bangalôs privativos do beach club que tem vista tanto para o mar como para o restaurante), eu e ele, então o nosso mais forte é realmente reconhecer os clientes em potencial que a gente tem que botar lá, que são gente bonita, e tem bastante dinheiro(...).

COROA BOREAL - Só que a gente procura colocar o pessoal que consome mais na frente, que traz um público maior, mais mulheres, e é o que a gente vive, o pessoal vem aqui para procurar namorada e as mulheres a mesma coisa, então a gente atende todos. CISNE - Vem bastante gente a procura, o pessoal vem para cá para gastar dinheiro e procurar de repente uma pessoa que faz feliz, então cobre a necessidade de ambas as partes da mulher que está procurando uma vida mais segura. Um parceiro, uma segurança financeira. Geralmente o pessoal é gente boa, entendeu? Vêm uns senhores mais velhos, mas eles são simpáticos, são educados... No começo, ela “Não, o cara é velho!”, depois que ela conhece, “Ah, o cara é gente boa, ele é inteligente, ele sabe de vinhos, ele fala línguas, vai me levar para viajar, vai me dar bastante roupas” (...) Mas eles têm os nossos telefones pessoais: “Oh, estou chegando...”. Eles já conhecem, eles gostam de ser atendidos pela gente.

COROA BOREAL - Sim, sabem como funciona, já sabe que vai ter a melhor bebida, vai ter um cara para atender, ele vai ter um cara para cuidar dele, vai ter um cara para levar ele no banheiro. (...) Ele convida para frequentar a casa, não é? Esse cliente da Lamborghini é cliente pessoal dele, de convidar ele para ir para casa.

CISNE - Tem jogador de futebol que liga, “Cisne, estou chegando aí daqui a pouco, separa o meu sofá, já chama as meninas, já pode deixar a Champanhe na mesa que eu estou chegando”, e não falha... Não é o cliente que vai, “Olha, eu estou chegando”, e não vem. Não, fala que está chegando, daqui a pouco está chegando aí um cara para passar o cartão dele, se ele não vim.

COROA BOREAL – (...) Já confiam tanto na gente que eles já chegam fazendo assim.

(P) E como é que vocês veem esses homens com tanto dinheiro, gastando tanto, e vocês trabalhando?

COROA BOREAL - Isso eu me pergunto, às vezes, às vezes eu me questiono, mas infelizmente eles têm, vai fazer o que, mas às vezes eu fico “Nossa que ostentação, que coisa horrível...” Eles vêm aqui no Turquesa, isso durante dez dias da temporada, eles vêm, vão para o Quartzoz, vão para Pacha, então é um circuito, eles gastam cinco, mais vinte, mais cinquenta, mais duzentos, então isso durante dez dias tu faz um cálculo, o cara gastou trezentos mil por dia em dez dias dá três mi, então... (...) Eles são empresários de São Paulo, eles são agentes de jogador de futebol, eles têm trabalho, eles estão aqui bebendo e fazendo contato... Deu problema, tem uns que tem que voltar e ir embora mais cedo porque deu algum problema na empresa deles.

CISNE - Tem um ou outro que tem dinheiro sujo. A gente não está aqui para julgar. Quando aparece muita gente com aquelas correntes de ouro, a gente fala logo é pagodeiro ou jogador de futebol.

COROA BOREAL - Gente sem classe.

CISNE - Gente sem classe, só tem dinheiro, mas não tem a classe. (...).

(P) O que é classe nesse mundo em que ter dinheiro compra tudo?

COROA BOREAL - Não sabe falar, uma pessoa que não tem educação...

CISNE - O jeito que eles falam com a gente.

COROA BOREAL - A pessoa não sabe se portar, não sabe nem se comunicar com a gente... Independente de tudo, a gente é garçom, só que a gente resolve muito mais coisas do que qualquer garçom de qualquer outro lugar...

COROA BOREAL - A gente reserva o camarote para o cara, a gente cobra, a gente vende, a gente ajuda ele a arrumar uma namorada... Então, a gente faz todo um processo. Para o cara sair daqui o mais feliz do mundo, dando risadas com uma garrafa de Champanhe na mão, bebendo igual uma mamadeira, uma criança. Quem tem classe chama a gente de lado, “Oh, faz isso e isso, só fala comigo, eu sou o dono do camarote.” Dá um dinheiro para a gente, uma gorjeta, e é assim... Quem não tem classe chega “Serve um Champanhe!”, entendeu? É fácil... (...) Aqui ele chega e você bota ele no camarote, ele se sente na casa dele, ele vai em camarote, ele vai na Pink Elephant em São Paulo, vai nas melhores festas. Então para ele é uma coisa normal, ele vai no Ibiza e acontece a mesma coisa aqui (...). Na verdade não dá para generalizar

clientes; também tem gente que tem muito dinheiro que é mal educada. (...)

COROA BOREAL - E difícil uma pessoa que tem muito dinheiro que é mal educada, todos eles, geralmente são muito educados, muito tranquilos, não vai se incomodar com pouca coisa. O cara que não tem dinheiro, se tiver uma água a mais na conta dele, que ele pediu e não viu, ele vai fazer uma encrenca! E o cara se tiver dez águas a mais ele também não está nem aí, paga, acabou.

CISNE - Ele sabe que alguém tomou, porque tem muita gente no camarote.

COROA BOREAL - Ele confia na gente, sabe? Tem alguns clientes que eles confiam na gente. Um cliente que confia na gente gasta cinco mil reais, não olha a conta; um cara que gasta cem reais ele confere a conta de cabo a rabo, ele não tem o dinheiro para pagar, ele sabe que isso aí vai fazer falta para ele amanhã.(...) A gente sai com quarenta Champagnes de uma vez, quando eles estão bem loucos eles querem estourar com tudo... A hora que a gente chega que eles veem que a gente está curvado, eles já começam a botar dinheiro no nosso bolso.(...) Eles já estão abraçando a gente, já quer levar a gente para a festa seguinte que eles estão indo.

CISNE - Quer levar nós para trabalhar na empresa dele não sei aonde.

(P) E vocês ficam juntos durante o ano, vocês se veem?

CISNE - A gente se encontra não muito, no verão a gente tem mais... A gente já começa a se encontrar nos feriados de setembro que a gente já começa a vim para cá, dar uma olhada.

COROA BOREAL - O cliente no inverno que vem tipo, dá uma passeada, vai vim para cá, ele liga para mim ou para ele, para a gente reservar uma mesa para ele aqui... E a gente nem está trabalhando.

CISNE - Ou para a gente vim aqui atender ele: “Ô, Cisne, tem como segurar uma mesa assim, assim, mandar eles arrumarem, fazer aquilo que eu gosto, assim e assado”, eles ligam assim para a gente.

COROA BOREAL - Esse cliente da Lamborghini dele que ele fez... A nossa cozinha não muda prato, porque não tem como mudar, não é? Porque senão não dá conta. Esse cliente dele tem todos os pratos, e do jeito que ele quer.

CISNE - O cara é italiano, ele gosta de comer super bem, é muito exigente, em comida como ele é muito exigente

mesmo. O nosso Chef é maravilhoso, o cara é muito bom, faz do jeito que ele quer, ele vem aqui só por causa da comida.

COROA BOREAL - E aí manda dinheiro para a cozinha também.

CISNE - Dá dinheiro para cozinha, manda dinheiro para cozinha, tudo ganha dinheiro... Mas esse aí é nascido de berço, ele sabe, ele pede alguma coisa diferente ele já está mandando o dinheiro.

COROA BOREAL - Tem outro cliente dele que esse incomoda um pouco, que é o dito cujo, esse é complicado, ele dá um pouco mais de trabalho, mas quando ele dá trabalho ele deixa 4 mil reais de gorjeta para o pessoal aí dividir.

CISNE - Ele dá um pouco mais de trabalho... Ele xinga todo o mundo.

COROA BOREAL - Faz cocô em todo o lugar..Ele sabe que deu trabalho, aí ele vai e dá o dinheiro para ele. Um belo de um dinheiro, e fala assim: “Dá para o pessoal da limpeza, porque os cara vão limpar o banheiro que eu caguei todo, dá para o pessoal da limpeza”. Porque ele comeu tal coisa, não sei o que ele fez no coração... Então na verdade, ele está pagando pelo o que ele fez. Para ele é bom, uma coisa que não faz falta para ele é o tal do dinheiro. Para a gente é uma coisa que a gente procura muito, corre muito atrás! Para algumas pessoas infelizmente tem demais, eles não tem necessidade de se preocupar com cinquenta, cem, mil ou dois mil ou três mil...

CISNE - É isso que passa na cabeça deles quando eles dão uma gorjeta na verdade, eles sabem que a gente está correndo por esses cem reais, esses cem reais não vai fazer a mínima diferença .

COROA BOREAL - Eles sabem que é um espumante a mais, entendeu? O espumante custa cento e cinquenta, e podendo dar duzentos reais para a gente, é um espumante que ele deixou de tomar, que ele deixou de pagar para uma garota que está na mesa.(...) Ele sabe, porque no outro dia ele vem pedir desculpas, só que ele já é um senhor mais velho e já trabalhou muito, já ganhou o dinheiro dele. Então é assim, ele é descontrolado, ele fica bem louco! Só que no outro dia ele vem aqui e ele pede desculpas (...).

CISNE - Ele tem problema na espinha, deixa o banheiro todo o sujo. Ele tem algum problema. Ele mistura drogas com bebidas.

(P) Ah, se caga todo!

COROA BOREAL - Aqui a gente dá um suporte total.

CISNE - A gente não vê nada, não fala nada, não escuta nada...

COROA BOREAL - A gente só resolve o problema do cliente.(...) A gente vê de tudo, droga, até sexo, quase sexo. A gente não se mete. A gente vira as costas, serve, fica longe...

CISNE - Dá um abraço no carinha depois.

COROA BOREAL - Eu já vi o cara brigando com a mulher, já saí, deixa que eles resolvam, porque as mulheres elas sabem se virar também, já vi mulher dando tapa na cara de cara e tudo, e aí a gente sai de cena, e aparecer do nada... “Está faltando mais alguma coisa?”. Tem de ter uma visão muito fina, por exemplo, o cara está muito louco, muito bêbado, quer ver o cara ficar muito feliz? “Oh meu, já está passando das contas, toma uma aguinha aqui”, aí ele não pediu essa água, essa água não e nada. Quando você se preocupou com ele, porque você é o cara que está dando atenção a ele, está cuidando dele. Está dando suporte para ele.

CISNE - Você não vai deixar ninguém roubar o dinheiro do bolso dele.

COROA BOREAL – “Toma essa aguinha aqui para passar o efeito, não fazer nada de errado aí, para ninguém falar alguma coisa (...), tu é foda, tu é bom para caralho (...)!”. Chega e dá uma comida para ele, dá uma fruta para ele, uma coisa doce para ele comer que passa, fala firme como se fosse um pai com uma criança. Chega e fala firme: “toma essa água e dá uma segurada, está se passando.”(...) Tem cliente aqui que dá gorjeta cinco vezes no mesmo dia, ele dá um cinquenta no começo do atendimento, depois você faz uma dessas para ele, essa da água, nossa! A gente cobra a consumação antes, porque depois que o pessoal está passado e fica difícil. Quando chega dez pessoas, que não é todo mundo que vem que é milionário, tem muitas pessoas que se unem, são classe média alta. Só que daí vem quinze amigos de São Paulo, e o que acontece? Eles fecham um camarote de cinco mil a consumação, dá duzentos e cinquenta para cada um, eles estão em quinze pessoas, não fica tanto, dá cinco mil de bebida, e bebida para caramba, então dá para todo o mundo sair bêbado. (...) (Cisne e Coroa Boreal)

Como se não bastasse ter que beijar sapos, por assim dizer, Hércules nos trouxe lembranças cheias de confusão, xingamentos e ironicamente de graça; os abusos assistidos no trato direto com os clientes para ele também acontecem do outro lado – dos garçons, e neste contexto assistimos a um equilíbrio de forças interessante:

Eu sempre falo assim, nessa área a gente tem que engolir sapos, elefantes e por aí afora, porque, quando o cliente vem aqui e ele se sente em casa, ele quer o melhor, ele se sente o dono do pedaço, e a gente tem que saber, nós, como atendentes, a gente tem quem saber que realmente é isso, mesmo o cliente não tendo razão ele vai ter razão. (...) Não tem como contrariar, porque daí, vamos supor, se eu contrariar ele, ele vai falar: “Ô garçom, eu falei que a cerveja estava choca!”, mesmo a cerveja não estando choca. “-O garçom não quis trocar a cerveja para mim!”-. Isso, vamos supor, é a reação negativa que tem lá fora.(...) Às vezes um cliente chega aqui e faz uma brincadeira contigo, uma graça, tu tem que levar, isso aí mais com as meninas, com as garçonetes, que às vezes tem cliente que abusa, que canta na cara dura. Se a garçonete não tiver cabeça, sei lá, manda o cara não sei para onde, discute... (...) Já vi um cara cantar a garçonete na frente da mulher, a garçonete já deu... (...) Já vi garçom pular em pescoço de cliente porque o cliente mandou ir para aquele lugar, então, sabe? A gente já curtiu coisa pra caramba. Teve essa história (...) o cara pediu uma batata frita para o garçom, o garçom passou duas vezes, e ele falou “Ô moço, cadê minha batata frita?”, e o garçom passou de novo, passou de novo, passou de novo, e a batata frita da pessoa não chegou. Dali chegou uma hora, ele pegou e chamou o garçom e falou: “Cadê a batata? Já está vindo a batata? Pega aquela batata e... !”. (Hércules)

Lagartixa, por sua vez, ressentiu-se com os impactos que o status econômico produz no circuito social de seu ambiente de trabalho; tal poder econômico desdobra-se em ações cotidianas coercitivas, gerando sentimentos de exclusão entre os garçons, que concorrem por alguma visibilidade e maior reconhecimento em campo.

(P) Como é que tu percebe quando uma pessoa é milionária, rica, e quando uma pessoa não tem tanto dinheiro? Algumas coisas, chega com um relógio bacana, uma roupa de marca, uma coisa assim, já chega diferente, tu já nota. Que tem alguns que a gente nota pela classe,

tem outros que, apesar de ter dinheiro, eu não gosto nem de atender, porque são muito petulantes, que acham que têm dinheiro então têm que mandar, e tem que fazer, tem que acontecer. Então esse aí eu até prefiro não atender. (...) Às vezes acontece, tem um cara que vinha aí também, eu não vi ele ainda esse ano, ele ia também no Pachá que eu trabalhei na Pachá no ano passado, ele vinha, chegava de helicóptero aí, e ele é extremamente petulante, eu não gosto dele, é tipo “Eu sou o cara!” e coisa, e quer que todo mundo saiba o nome dele. Ele dá dinheiro. Eu nunca ganhei dinheiro dele porque eu nunca puxei o saco dele, até porque esse trabalho aqui para mim é só temporário, eu tenho outra profissão fora daqui, entendeu?(...)

(P) Como é que tu aprendeu a servir? Tu aprendeu a servir ou tu foi com a cara e a coragem? A primeira vez que eu cheguei, eu trabalhei num bar de um amigo meu na Praia do Rosa, assim, só dei uma mão, não sabia servir, não sabia nada, aí quando vim para cá meio que aprendi vendo os outros, e aí logo depois eu já tranquei a faculdade e fui para o cruzeiro, daí lá eu aprendi a servir direitinho, fazer todo o serviço de vinho, de espumante, que nem um outro rapaz que entrou aí nesse ano, foi abrir a champanhe, a pum, estourou, depois eu chamei ele, olha, não se estoura a champanhe, estou te dando uma dica, só se o cliente pedir, quanto menos barulho tu fizer, melhor, entendeu? E aí eu aprendi a servir vinho, servir champanhe, que lá também tinha treinamento, então aqui eu faço um serviço bom, tanto é que eu ganho bastante dinheiro, assim, tem certas épocas, né? De dia vinte e seis a dia cinco teve dias excelentes aí, que eu ganhei bastante. **(P) Tu podes dar uma noção para a gente do que é ganhar bastante? Não do total, mas o que tu ganha por pessoa, por cliente, mais ou menos.** Depende, tem um que te dá trezentos, outros te dá cem. **(P) De que, de gorjeta?** Trezentos reais. **(P) Tá brincando comigo?** Não, teve dia que eu saí daqui com mil reais, mil e poucos reais. **(P) Mas isso é salário de mês, de trabalho de algumas pessoas, não?** Exatamente. Então por isso que para mim é vantajoso estar aqui, entendeu? Eu conheço gente bonita, e só gente assim, que tipo, vai me acrescentar profissionalmente, entendeu? (...) Mas faço muitos contatos (...); fiz contato ano passado com um cara de Brasília até, aluguei um iate para ele por intermédio de um cara que estava aqui, montei o bar no iate para ele, ele tem concessões de rádio e televisão, até

queria me levar para lá, aí eu fiquei meio assim, que o custo de vida é muito alto, né? (...) Eu passei perto na Europa, mas não estive lá em Ibiza. Um garçom lá deve ganhar horrores, porque aqui é caro mas lá é o dobro, e tem cliente daqui que foi para lá e tem vídeos deles. Aqui ele gasta bem também, mas lá, pegou camarote em Ibiza e tomando só champanhe Cristal, então gasta cinquenta mil dólares, assim, entendeu? É gente que tem muito dinheiro, e aí eu imagino que os garçons lá devem ganhar horrores, devem trabalhar também só a temporada. Tem garçom aqui que trabalha só a temporada e fica o resto do ano parado. (...) Um cara usou uma frase esse dias assim: “O sol nasce para todos, mas a sombra de Jurerê é para poucos!”. Eu já vi um cara vender isqueiro para o cliente por vinte reais! Um isqueiro, entendeu? Carteira de cigarros aqui é dez reais... eu não fumo, mas dez reais uma carteira de cigarros, uma long neck? Eu não pago isso, dez reais uma long neck! (Lagartixa)

Os sapos de helicóptero parecem ter a tendência à invisibilidade e querer se misturar à multidão; mas para Raposinho o consumo é um sinal irredutível da posição econômica deste grupo, nos *beach clubs*:

Hoje em dia tu tem que ter muito cuidado com isso, não é a roupa que diz se o cara ele é presidente de uma empresa, ou se ele é um turista que juntou uma grana para curtir aqui uma semana, a experiência, já passei por isso... Mas assim, tu reconhece mais, essa pessoa chega e pede para olhar o cardápio. Geralmente o pessoal que tem o poder aquisitivo maior ele já senta, já pede, já sabe o que quer, pede um vinho pede isso, pede aquilo, tu já... Mas não é a roupa dele, o modo que ele está vestido, nem se é bonito, se é feio, branco, negro (...). Geralmente são os vinhos, tu identifica mais pelo tipo de vinho, de bebida que ele toma, o espumante que ele pede. (...) A comida que ele come e não olha nem a conta para pagar, pega e dá o cartão na tua mão e manda passar, só dá uma conferida. Tem gente que é todo calculadinho, tem a família que divide prato, geralmente o pessoal de poder aquisitivo mais baixo fica lá na praia, na areia. Mais bebidas e petiscos, petiscos, reclama dos preços e tal... Um ambiente já decorado, geralmente ele nem entra. Ele já pede um cardápio ali, “Ah não!”. Nós servimos pratos individuais; se ele pergunta o tamanho da porção, assim dá para tu identificar. Mas não se o cara vem com chinelo de dedo,

de bermuda e boné. Acontece muito, se tu vê aqui tu acha que é uma pessoa comum, o cara dá gorjeta alta aí, duzentos reais, tem uns que dá quinhentos pilas. (...) É porque a Classe B hoje já tem poder aquisitivo bem alto, não é? Não sei se existe ainda essa divisão, A e B, se não está uma coisa só. Tem os milionários. (Rapsinho)

No olhar dos clientes, Cassiopeia²¹ busca a identificação e a confirmação do cliente rico e do menos abastado. Neste contexto – em uma troca de olhares (do garçom subserviente e do cliente expressando certa superioridade) – está uma forte característica de classe de *habitus* indizível, que se realiza em silêncio, pela ação, de modo substancial e prático. Esta característica – o olhar – confirma uma das marcas da profissão; não obstante, a marca acarreta também a conformação dos vícios dos clientes, e constitui toda uma predisposição de trabalho e de atendimento especialmente voltada às emergências, efeitos e consequências de seus extremos hábitos de consumo, como a bebedeira e o farto uso de drogas.

Na realidade, tem alguns que já são clientes já alguns anos, que a gente já conhece pelo nome, já são clientes que a gente tem já três, quatro anos que vem aí... E geralmente o pessoal que vem e fica nesse espaço aqui é quase que cem por cento de garantia que no outro ano ele vai voltar, porque é um lugar mágico aqui na beira da praia aqui. O pessoal depois que toma um bom Champanhe aqui, olhando esse mar aqui maravilhoso, com certeza volta nos outros anos (...). O pessoal já chega aqui e já pede já um Champanhe, esses são os clientes que a gente já seleciona para estar nos melhores espaços da casa, mais conforto, mais qualidade (...). Pode se atirar, colocar os pezinhos para cima do puff, coisas que nas mesas não tem (...). Às vezes tu vai olhar a maneira de vestir, de se portar, tudo isso daí a gente analisa, nesse ramo a gente aprende a analisar, e aí sim a gente faz a seleção do cliente, também pela maneira de conduta,

²¹ Cassiopéia é maître e garçom e, como Pégaso, não tem formação técnica profissional para seu encargo; também como Pégaso, as bases normativas e valorativas com as quais fundamenta e orienta os serviços e a conduta de seus colegas garçons no ambiente de trabalho jureriano são adquiridas nas missas católicas que frequenta todo o final de semana na região. Este foi outro indicativo para elaboração da hipótese “Teocentrismo Deslocado” (capítulo seis de nossa pesquisa).

como chega, é bem difícil de explicar assim, mas no olhar você já sabe quando e um cliente que vai vim para beber um Champanhe, quando é um cliente que vai sentar para de repente comer um petisquinho, tomar uma cervejinha, entendeu? (...) O cliente que a gente atende aqui ele frequenta os bons restaurantes, então ele tem ideia de como é um atendimento vip, como é um atendimento de qualidade (...). Eles são exigentes...(...) até porque eles frequentam os bons restaurantes, eles bebem boas bebidas, então eles são muito exigentes, quanto à temperatura, quanto a estar o serviço bem feito. (...) Nos *Beach clubs* o consumo de bebida é bem forte, tanto que eu estava te falando assim, o pessoal às vezes, digamos assim, estoura Champanhe para o alto, mas eu acho que de repente é uma emoção no momento ali (...). Uma coisa que eu tenho percebido é que cada vez o consumo está mais forte e vem crescendo o consumo da bebida em si, Champanhe, Vodka. (...) O que acontece hoje em dia é os jovens e baladas, festas sempre tem droga (...), está em todos os lugares, aí tu vê consumo de drogas, tanto que o nosso país quer até liberar alguns insumos aí, então a gente tem que está se preparando. (...) A mulherada aqui é complicado, a mulherada cai em cima. Porque a gente está vivendo um tempo aí que os homens não estão mais correspondendo aí, aqui em Santa Catarina, aqui mesmo, é muita mulher para um homem só. (Cassiopeia).

Triângulo consegue deter sua atenção mais pela estética do que pela conduta, e intui que um sapo não só é príncipe, mas é rei pelos sinais clássicos do gosto estético, de seus bens e acessórios:

Quando começa a perguntar, quanto que sai isso, quanto que sai aquilo, então deixa lá para ele se decidir. (...) Aqueles que têm muito dinheiro geralmente são bem mais chatos, são bem mais instáveis, não gosta de falar muito, só olha, pede, não fica muito tempo pensando ou perguntando coisas assim. Ele só fala: “Eu quero isso, vai, traz já!”. Só isso. Dá também para ver a questão das roupas, a questão das jóias que eles têm, às vezes dá para perceber. (...) Ou ele chega num carro, assim, bem vistoso, então já dá para ver que eles vêm aqui para gastar e para mostrar que eles têm dinheiro. (Triângulo)

Com exceção do público nativo florianopolitano, composto de “gente mais simples”, Ursa Maior acredita que o próprio capital cultural

de nobres clientes precede e predispõe as escolhas que fazem com que um beach club deva oferecer um tipo específico de culinária (tradicional local ou de alta gastronomia).

Tu vê a diferença entre as pessoas que têm cultura, que têm conhecimento, que sabem. Porque um restaurante como o Safira, ele traz pratos variados, pratos diferentes. Não é um público florianopolitano que estamos acostumados a ver. (...) Não seria arroz com feijão. São pratos com um toque mais italiano, uma coisa contemporânea, mas com um toque italiano bem diversificado. Então a gente percebe isso na cultura, no conhecimento do público, nos questionamentos, nas dúvidas. (...) Os clientes que vêm aqui e que têm um poder aquisitivo maior, até eles são pessoas mais simples, mas voce vê diferença quando ele pede um vinho, quando ele pede uma indicação de prato. Então, esses clientes gostam de comer as coisas mais diferentes, mais exóticas. O pessoal que é mais simples gosta de comer aquela coisa de camarão, que é uma coisa mais urbana, mais florianopolitana. Os clientes não, eles gostam de comer coelho, a paleta do cordeiro que é um prato diferenciado. (Ursa Maior)

4.5 As valsas de fins dos tempos

Nos sinais do apetite e do bom gosto à beira mar, o campo expôs uma verdadeira mistura de fetiches entre a culinária tradicional e a popular com pequenos requintes da alta gastronomia. Isto estabelece um contexto em que há uma breve e contida aspiração social, não através da qualidade substancial de alimentos ou bebidas, mas de suas características estéticas. A forma como os pratos giram pelo salão é similar a números coreográficos movidos a valsas que, ao invés de ser regidos por um maestro musical, são regidas por maitres e executadas harmoniosamente pelos dançarinos – neste caso, os garçons. O *habitus* servil cortês favorece tal regência e obediências ritmicamente viabilizadas na relação hierárquica servil (entre o maitre, garçons e o cliente); nesta cena, encontramos evidências das transformações e exigências fundadas na profissão, com a transformação de um trabalho pré-moderno para o trabalho típico de uma sociedade moderna capitalista, cujas exigências de tempo e de modos de produção foram

alteradas e sistematizadas de forma a favorecer a geração de acumulação de mercadorias e de lucro. As valsas prevêm tempos de produção, cujas finalidades rítmicas correspondem os objetivos de produção em massa, para ampliar a obtenção de mais valia proveniente de mão de obra barata e excedente, com cumprimento de tempo de trabalho diário cronometrado, e metas quantitativas de produção cujo procedimento mecânico, design e acabamento são padronizados. (Pela necessidade de aprofundarmos este tópico, peço que o leitor posteriormente se concentre no capítulo 6, quando, entre as hipóteses interpretativas sobre o campo, trazemos as investigações de Thompson (1998) sobre as transformações do tempo e dos modos de trabalho, e em como a interrelação tempo/trabalho se ajusta do modo econômico pré-industrial para a modernidade capitalista).

Voltando ao ritmo de trabalho aparentemente romântico que oculta procedimentos, modos de trabalho e tempos próprios da modernidade capitalista, Boieiro traz sua percepção de como esta “valsa”, ou fluência de ritmo de trabalho pode operar e ter diversas finalidades e ações, não só sobre os agentes trabalhadores, mas sobre os próprios clientes, podendo expor níveis de conhecimento, bom gosto e refinamento, e logo distinção.

Quando pede o filé mignon e não pergunta o ponto, esse tem bom gosto, porque é ao ponto. Quando ele pede bem passado, ele não tem bom gosto. Quando ele fala que o peixe grelhado foi cru, ele jamais comeu peixe na vida dele, porque o peixe já está cozido no alho, no limão e no sal, já cozinhou ali, se ele foi para fritadeira e depois para o grill, ele já está mais do que bem feito! Só que ele confunde o peixe suculento com peixe cru, entendeu? (...) Bebidas também, a carta de vinhos: quando o cliente está muito em dúvidas ele não pede auxílio? O cliente que sabe, ele pede auxílio para o garçom, ele quer saber se o garçom é capaz de atendê-lo, entendeu? Porque ele tem que ter isso, não pode ser auto-suficiente, o cliente que tem bom gosto não é auto-suficiente... (...). Imagina: servir um vinho num peixe, com a carne branca? É vulgar, é vinho branco! (...) Você pedir um couvert, depois amisbuche, depois uma entrada, aí apreciar um bom prato, entendeu? Degustar esse bom prato maravilhoso, pedir um licor para acompanhar a sobremesa, tudo isso é de muito bom agrado! Adoro quando as pessoas pedem um prato e não que elogiem, mas que critiquem. Claro, tem que criticar o prato, (...) eu odeio quando a pessoa fala “Estava

maravilhoso!”. Impossível, como assim? Impossível, essa pessoa está louca, ela bateu a cabeça em algum lugar, ela estava com muita fome! Não existe, gente! Pelo amor de Deus. Tem que criticar, natural! (Boieiro)

Não contidas aos salões dos *beach clubs*, as bandejas em suas valsas ecoam na praia em meio às areias, quase se transformando em samba de roda quando chegam aos olhos e ouvidos da classe média que passou a poder frequentar o beach club em que Golfinho trabalha. Sem o mesmo poder de consumo para pedir um champagne *Moët Chandon* à beira-mar, o povão que paga o aluguel das cadeiras de praia e se arrisca nas garrafas de água (bebida em primeiro lugar no consumo) e na cervejinha gelada.

Ultimamente não tem tido tanto, já teve mais clientes argentinos, (...) mas a gente tá tendo constante australiano né, os "holandês", californiano assim, vem um pessoal de fora mas seriam dez, quinze por cento mais ou menos, dos clientes que a gente tem aqui. (...) Na verdade a gente tem notado que popularizou né, seria a palavra né, "popularizou". Hoje em dia mais pessoas não tão classe alta, no caso eu não sei como se fala, ou "A", como era há alguns anos atrás, era uma praia mais elitizada sim. No caso agora popularizou um pouco mais né (...), mas venha a popularizar às vezes é até bom, porque mantém a casa cheia na baixa né (...) Milionários ou pessoas que têm dinheiro com certeza eles consomem champagne, muitas vezes nem olham o cardápio, chegam e pedem o que gostam (...). Na beira da praia a gente vende bastante espumante, nosso patrocinador é *Moët Chandon*. E *Veuve Cliquot* na beira da praia (...). A bebida mais pedida é a água, até hoje né, as pessoas precisam hidratar, mas depois vem a cerveja, drinks elaborados como caipiras, mojitos né, esses drinks saem bastante e espumante e champagne né. (Golfinho)

Capítulo 5

EU E O REINO

Percepções sobre as relações produzidas pelo trabalho

Neste capítulo, objetivamos investigar as relações entre o garçom e o campo em uma maior e mais específica abrangência – campo político e ético da profissão que agora não está mais restrito a subjetividades e sutilezas decorrentes das relações humanas produzidas pelo trabalho. Optamos por utilizar um critério principal – as *compensações* –, subdividindo-o e propondo a investigação de dois objetos de análise para determiná-lo: a *gorjeta*, as *marcas do midiático*, e os *troféus*, ambos derivados do mesmo centro de irradiação de sentidos e significados (as *compensações*), e de processos de reconhecimento e/ou de legitimação desta relação de trabalho original – a saber, o garçom.

O garçom se estabelece, como temos visto, em uma função servil, e desde a sociedade de corte europeia – caracterizada pela auto-regulamentação de governos absolutistas monárquicos e aristocracia predominante na corte – as etiquetas e as posições (e aspirações) políticas eram administradas com similar relevância; servir era sinal de honra em submissão por respeito e aclamação ao seu superior (os reis, nobres, guerreiros e religiosos). Servir também era uma oportunidade para ascender socialmente, pois esta relação de trabalho desde a antiga corte constituía-se também por tradição – era uma herança em que o pai, o mordomo ou a governanta ensinavam o ofício, seus códigos, princípios e normas aos seus filhos para que pudessem “ascender socialmente”, ou participar de um estilo de vida de igual importância e possibilidade. Neste momento, a função do garçom recebe identidade e valoração muito especiais, detendo relevância e potência em esferas simbólicas, políticas, sociais e culturais (como já vimos em capítulos anteriores com Elias (2001)). Tempos depois, na era industrial, a profissão adquire nova estética, novos princípios e normatizações – porque sua necessidade original é transformada. Sua função permanece essencialmente a mesma (servir e atender os clientes), mas sua importância é simbólica e politicamente reduzida por um lado, e por outro adquire espaço (por sua necessidade, popularidade e fácil acesso à profissão servil), devido à ampliação deste campo de trabalho (em serviços hoteleiros, gastronômicos e similares). Deste modo não pretendemos destacar tais transições e mudanças histórico-profissionais, mas basicamente observar como se concebe hoje esta ideia e/ou fato – as *compensações*, seus

sentidos e significados nesta profissão específica, tão precária em sua constituição. Dentre estas compensações, optei por analisar a gorjeta, a exposição midiática e outros “troféus” simbólicos colhidos pelos garçons.

5.1 Gorjeta: identidade profissional ou poder simbólico convertido em poder econômico

A gorjeta remete a diversos sentidos, desde legitimidade e reconhecimento a padrões de cooperação, nestes casos distanciando-se do caráter inerente de máxima produtividade tão característica do individualismo do trabalhador liberal. Por outro lado, a gorjeta origina-se no ato da doação voluntária (talvez oculta, na velha corte europeia, também em uma intenção de persuasão sobre a decisão “servil” de outrem). Ao mesmo tempo, é possível a compreensão de que persiste um forte caráter paternalista nessa situação dúbia: não se sabe se é doação, se é dever moral dos superiores (aqueles que são servidos), mas há a concordância quanto a sua natureza sugestiva – a ponto de fazer com que ela, tal como é ou como se queira entender, possa ser codificada como obrigação por constituir um ato de justiça, sendo remuneração (na forma de uma taxa de serviço, os 10% do garçom) para o trabalhador do setor²².

Temos uma incorporação na esfera legal do que originalmente se traduzia como um gesto de gratidão em reconhecimento aos esforços pessoais, cortês e gentil, do trabalhador servil. Na contemporaneidade, o trabalhador do setor parece adquirir o seu espaço, tornando aparentemente dispensável a predisposição de qualquer mérito individual – mas nada disso se revelou no campo. A informalidade permanece uma das características fundamentais dos processos de contratação, e o mérito do garçom é ainda seu mais forte aliado, mesmo constantemente subjogado e exigido. Ele está precisamente centrado em seu *habitus* profissional, na sua origem cortesã e em seu tradicional poder de persuasão servil, silenciosa e onipresente, como podemos perceber logo nas primeiras falas dos entrevistados a seguir.

²² Assim, a gorjeta, de acordo com a PL 252/07 (aprovada pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC)), é obrigação dos clientes, sendo que seus valores serão parte variável do salário fixo.

Objeto de desejo dos garçons e garçonetes, a gorjeta adquire dimensões quase religiosas quando passa por dois procedimentos típicos dos restaurantes comerciais: a aprovação da sua soma e sua divisão pelo grupo correspondem ao valor do caráter de quem ela, assim, representa – por exemplo: o garçom que aceita ter sua gorjeta somada e subdividida junto aos demais está representando o seu interesse em agir pelo bem coletivo e vice-versa. Deste procedimento emanam até crenças, princípios, valores, normas e éticas dos agentes, o que expõe de fato as suas razões práticas. Leão Menor nos ajuda a perceber certos limites que a ambição pode sofrer neste campo específico:

Eu acho assim, tipo, esses 10% muita gente pega, conta, e fala "ah, teus 10% tá aqui, já vem, e já tá pago já, o teu serviço entendeu?". Pelos 10% que está na nota. Mas geralmente as vezes não é isso (...), os 10% é um negócio bem complexo assim: é do garçom mas na verdade antes do garçom tá servindo o cliente, tem o cara lá atrás que preparou a bebida pra ele com o balde e gelo né, ele colocou a bebida no balde com gelo. Tem o cozinheiro que fez o prato, é aquela coisa assim bem complexa: "não, os 10% é do garçom", mas assim, 10% não é do garçom, né. Os 10% aqui, por exemplo, igual aos outros hotéis que eu já trabalhei, eles juntam todo o valor dos 10% e aí dividem isso aí, e é a comissão de todo mundo né, não é só do garçom. Tem uns que pagam o salário do cozinheiro, pagam o salário de quem limpa, de quem lava a louça, do cara do bar, de todo mundo assim, entendeu? Então esses 10% às vezes o cliente pensa que é do garçom, mas na verdade não é. (...). Eles vêem na nota os 10% e não se sente na obrigação de dar gorjeta, entendeu... Eu não dou gorjeta porque assim, na verdade eu não frequento restaurante assim. Se eu for comer, eu vou comer num lugar que é dez reais lá o almoço e pronto, ou eu vou comer em casa, porque aqui é muito mais caro que Curitiba. Curitiba cê almoça com seis reais! Aqui não, aqui pô, o mínimo é doze, treze reais então, sinceramente, não vou muito, mas se eu não vou também não dou, cara, sinceramente. Eu acho que eu não tenho condições... dar dois reais assim, eu acho... no mínimo assim, se voce tá num lugar mais simples, tudo, é dar cinco, dar dez pilas pro cara, pro cara ficar mais contente. Se dar dois reais, daí eu acho que nem adianta entendeu... Igual aqui, aqui eu vejo garçom brabo de ganhar 50 reais, ele falou: "-porra, o cara me deu só 50!-", eu falei "- nossa, caramba,

ele queria mais né?". Ganho muito mais gorjeta aqui do que em Curitiba. (...) Diariamente aqui voce ganha dez, quinze, vinte, trinta, cinquenta, cê ganha assim durante o dia. Acho que em uns vinte dias já ganhei uns mil reais de caixinha.(...) (Leão Menor).

Raposinho também apresenta um viés prático sobre a gorjeta coletiva, mas porque o seu tempo de experiência é um pouco maior:

A gorjeta diminuiu bastante dos outros anos, mas a gente ainda recebe bastante, que a casa trabalha com gorjeta coletiva, fica um responsável, e é dividido igual pra todos, cozinha, bar e restaurante, que é um trabalho em conjunto, não é? É diário o que a gente ganha, mas a divisão a gente espera dá um valor xis assim: "Ah, deixa dar mil reais, para dividir em vinte!". Tem que ser uma quantidadezinha um pouquinho maior, geralmente é todo o domingo, sábado. Que tem vinte pessoas trabalhando na casa hoje, se não for mais, são dois turnos, não é? Nós abrimos nove da manhã, fechamos uma da manhã, são duas equipes, dois chefes de fila, são dezesseis... Tem mais... É alta temporada. (Raposinho)

A desigualdade econômica, no caso das gorjetas, é um critério substancial porque salta aos olhos – por exemplo, quando o cliente paga R\$ 2.500,00 de conta e dá R\$ 2,00 de gorjeta para o garçom. Neste caso, a desigualdade econômica potencializa a avaliação sobre a experiência de troca concreta, que acontece na relação entre garçom e cliente; esta relação de troca constitui-se do ato de servir para ser servido – não com pedidos e desejos como o cliente, mas com capital em espécie (dinheiro, gorjeta); ao servir, a priori, o garçom na modernidade se reserva – por tradição do ofício – a expectativa de ser servido em troca, com a gorjeta. Se isto vale a pena? Na versão de Perseu, aparentemente sim:

Se não fosse a gorjeta seria um trabalho normal que a gente poderia tentar em outro ramo né, pelo esforço né... A gorjeta, acho que até na questão das casas mesmo de balada assim, desde o Pachá, o Posh, esses daí já é bem forte, não por ser beach club sabe, mas quem trabalha nesse ramo sabe que ali que tá a força da gorjeta. Ali que tá o público que dá gorjeta bem, então acho que não só o beach club mas toda essa rede de casas que já são conhecidas assim, já atraem por esse valor também né... É

gente que tem uma grana e vem pra gastar, daí não fica muito segurando, contando nota, é mais aquela pessoa que se tu consegues um contato bom com ele, ele já te dá a liberdade de tu trazer o que tu quiser assim, na medida né, do que eles tão precisando né. Mas sempre tá trazendo né! Não precisa falar com eles sobre isso né, é só ir trazendo pra não deixar vazio. Então é difícil tu pegar alguém aqui que fique contando (...). Eles pagam já na entrada, mais ou menos limita, e se eles quiserem a mais do que aquilo eles têm que pagar na hora. Então aquilo que eles costumam entrar ali, aquilo vai indo né, vai gastando... Às vezes eles ficam de olho no horário, "É, que horas são?", procurando saber que horas que o DJ vai tocar, se aquilo ali vai dar pra noite inteira, se vai ter que fazer outra recarga já, pra daí não faltar numa hora que a festa esteja bombando que daí é ruim né, as vezes ele quer uma champagne com foguinho e tá lá o DJ bombando, e é hora pra tu levar e acabou o crédito.(...) Já teve festa aqui de rèveillon, por exemplo, teve uma festa que os clientes vieram, eram duas pessoas e o camarote inteiro era de 15 mil reais. Veio duas pessoas como convidados né, e eles ficaram meia hora e foram embora. Nesse tempo eu fiquei ali esperando que um outro comprasse o camarote, mas acabou que ninguém comprou, bem em cima da hora, assim... ficou eu e o segurança de frente pro show, e não tem como não curtir né?! Mas assim, quando pega uma correria mesmo, uma festa que tá bombando não tem, às vezes tu nem repara na pessoa que tá ali no palco (...). É que vejo que os dois lados são bem desgraçados. Porque ao mesmo tempo em que a gente tem que ir pra lá e pra cá, e andar isso aqui o tempo inteiro sem parar né... até brinco com o pessoal que seria legal a gente botar aquele medidor de futebol sabe, pra saber quanto que o jogador corre? Pra medir o que eu corria, né... Porque o físico é bastante, meu! Tô todo suado de carregar coisa, mas ao mesmo tempo o psicológico também né, que a gente tem que tá atento a muita coisa né, como garçom! A gente tem que tá atento desde a hora de pagamento até receber bem no bar, pegar as coisas no bar, então são coisas que se a gente se desligar assim, acaba perdendo pra casa né, pro lucro, perde a garrafa de levarem... São várias responsabilidades, desde a apresentação (...), desse contato com o cliente, já é uma responsabilidade de ter a roupa limpa, de ter a unha cortada, tudo certinho né. A gente como tá aqui se esforçando, toda a hora suado, daí já não é legal. A gente

tem que tá ao mesmo tempo correndo e tem que tá inventando... mas vale, vale. Por isso é que tamos aqui né! (Perseu)

Libra, por sua vez, lembra como o poder econômico de seus clientes modificou sua perspectiva e a estrutura de seu capital cultural. Isso corrobora a possibilidade de transição e de mobilidade das posições nos campos sociais, como também confirma a alteração de um poder para outro. As disposições dos capitais (econômico, cultural, social, simbólico) não são fixas, mas estão abertas às escolhas dos agentes em campo, ou seja: estão em relação dialética com o *habitus*, que assegura aos agentes um pequeno espaço de manobra e de reflexão. Tal noção tem que estar atenta à imbricagem entre poderes, como se deu no caso de Libra, em que o poder econômico (o capital em espécie) de seu cliente possibilitou a redefinição do seu capital cultural, ampliando a sua visão sobre o seu próprio poder simbólico e reestruturando a sua perspectiva sobre a posição social, como Libra nos conta em detalhes.

Comecei em Jurerê Internacional, trabalhando na praia mesmo, eu fui viajar para Europa, acabei voltando, e estava juntando dinheiro para poder viajar de novo, que eu queria ficar um ano na Europa, e aí comecei trabalhar de garçom na praia. Na praia não tinha consumação, geralmente nos restaurantes da praia que tem festa, DJ, tem os camarotes que são as partes Vips lá, tem três mil reais de consumação, para sentar, três mil reais de consumação, aí depois tinha as partes que tinham as camas que era mais de mil reais de consumação, e as cadeiras de praia que não tinha consumação. Então eu comecei trabalhando com as cadeiras de praia sem muita consumação, mas vendendo champanhe, isso é normal assim. Quando era assim, naquela época tipo onze da manhã uma pessoa pedia uma garrafa de champanhe, e a pessoa do lado via aquela pessoa tomando champanhe, ela também tem dinheiro, então ela também quer uma garrafa de champanhe. Quando você vê, em vinte minutos está toda praia e tal tomando champanhe, essa é uma realidade, fato assim. (...) Depois de duas semanas, no Réveillon, eu conheci uns paulistas, advogados, não sei o que, e atendi eles o primeiro dia. Como foi atendimento tal, ele me deu cinquenta reais de gorjeta e foi o meu primeiro cinquenta reais de gorjeta, (...); aí foi outro dia mais cinquenta, no outro dia mais cinquenta, no quarto dia mais cinquenta, então duzentos reais em quatro dias assim, dando atendimento de champanhe, levando morango para eles,

dando atendimento Vip assim. Aí ele falou, “Pô, cara, eu vou passar o Réveillon aqui, eu vou te dar um presente para você lembrar de mim na tua viagem”. Eu falei “então tá, eu não sei que presente que ele vai dar, uma camisa, não sei, beleza”-“. Aí era Réveillon, virada de ano, e ele me chamou “Libra, feliz ano novo, é tudo, eu estou te dando mil reais para ajudar a comprar passagem de avião para Europa”. Aí eu chamei o meu chefe, que viu que era cartão de crédito e falei”. Pô, tem um cliente meu ali que quer me dar mil reais de gorjeta e tal (...).Ele falou,”só não consigo tirar o dinheiro agora para você, tirar do caixa agora mil reais”. Falei “não, você pode me dar depois“, então, sem problemas. E foi aí, e passou mil reais, me deu mil reais de gorjeta, então essa foi a minha primeira gorjeta de mil reais em duas semanas de trabalho. E sendo garçom de praia, que não atendia os caras do camarote, não tinha atendimento nada... Porque quem fica no camarote com três mil, o garçom que está ali já é mais propicio a ganhar mais gorjeta (...). Aí foi quando eu consegui dar alavanca no primeiro, assim, mil reais de gorjeta! E até esse cliente depois de dois anos voltou, estava lá no Pérola, trabalhava em outra casa, me viu, “Pô, Libra, como é que você está, o que você está fazendo?”, e eu expliquei da minha viagem para ele, ele ficou super feliz, estava ele e a namorada, aí ele falou: “O que você está fazendo?”. Eu estou trabalhando à noite, das nove da noite às nove da manhã, saio dessa balada, durmo três horas e venho trabalhar à tarde nessa outra festa de tarde, de dia. Aí depois das onze até as oito da noite, saio e tomo um banho e vou de novo para o trabalho à noite. Depois volto de novo de dia, e mais ou menos uma semana ou dez dias que você dorme três horas por dia, é loucura, à base de energético, tomando cinco, dez energético por dia, pó de guaraná com energético (...). E “nossa, pô eu estou querendo juntar dinheiro de novo, preciso viajar, estou com a minha namorada para viajar e tal“ . “Bacana, eu vou te dar um presente antes de eu ir embora!- ”, eu falei pô, da outra vez ele me deu mil reais... Aí passou um tempo assim, eu voltei, eu não estava nem atendendo ele, não era nem o garçom dele, era uma outra pessoa, aí ele falou : “ Pô cara, mais espera aí, Carnaval o que você vai fazer? Carnaval eu vou participar de um Cruzeiro em Búzios e tal, são quanto, cinco dias de festas, quer vim comigo? Chama tua namorada, eu pago a tua entrada, vou estar com a minha namorada, alguns amigos, eu pago, é de

graça se você quiser! Liga para ela, só me avisa amanhã para poder comprar os convites”. Fiquei muito feliz, liguei para ela, e ela “ - pô, como assim?” , na verdade assim é difícil mesmo para as pessoas entenderem muitas vezes, que é uma outra realidade, e aí ela, “- não, tá, mas, como assim, ele vai te dar?“, o cara quer me dar, o cara me deu mil reais! Aí passou mais uns vinte minutos, eu fui conversar ali com ele de novo, ele disse “Cara, eu estava pensando quanto que você vai ganhar para trabalhar, uma semana, dez dias, tu ganha quanto?”, “Ah, eu ganho uns mil e quinhentos reais”, falei para ele, aí ele assim “Sério? Te dou esses mil e quinhentos então, e você não trabalha mais. Te dou esses mil e quinhentos reais e vem curtir, fazer festa com a gente, não precisa mais trabalhar“ Na hora eu fiquei muito feliz, não sabia o que responder, falei “ - pô obrigado, só que se eu parar de trabalhar essa semana por causa de 1.500 reais os caras não vão querer me chamar mais, porque é Réveillon, é tudo, eu não posso tipo, eu queimo o meu filme com o cara-”; “ - Então eu te dou 4 mil, te dou 4 mil e você não trabalha mais, 4 mil e você para!-”, aí eu falei, “Quatro mil reais eu paro de trabalhar agora, então!-”, “ - Então tá! Quatro mil reais, pode avisar o seu chefe que não vai mais trabalhar!-”, e tal, e era o mesmo gerente de dois anos atrás... Quando eu falei “ - pô, tem um cliente ali, lembra... Está me dando 4 mil para eu não trabalhar mais-”, e aí ele falou,“- pô... é muito, vai embora então, beleza então!-”. .. Isso é uma loucura. Mas aí ganhei 4 mil reais de gorjeta, no dia seguinte estava eu curtindo a festa com a minha namorada, o meu chefe servindo champanhe na minha taça, eu passei uma semana sem trabalhar, o Réveillon, o camarote dele custava vinte mil reais, o camarote do meu cliente. Ele pagou a minha entrada de oitocentos reais! Pagou a minha entrada, da minha namorada e três amigas dela em open bar... E pensar que, tipo, os meus amigos estavam ganhando cento e cinquenta reais para trabalhar à noite no Réveillon, e eu estava lá curtindo a festa, curtindo a festa!!! Depois eu encontro um outro cliente, um carioca que eu atendi ano retrasado, ele “pô, Libra, e aí como você está e tal?”, “-Estou aqui na festa-”, “ - pô, o ano passado tu me atendeu muito bem velho, então aqui para você!“ e me deu duzentos reais! “você merece”. Então, eu estava curtindo a festa e ainda ganhei duzentos reais. Essas coisas acontecem, não é? (Libra)

Coroa Boreal e Cisne nos mostraram um outro lado em suas relações com a gorjeta; o campo responde bem quando o assunto são as gorjetas porque no trabalho sazonal há fartura na demanda de gorjetas para garçons que se submetem a um trabalho intenso e contínuo durante os tres meses de verão brasileiro; por outro lado, o mesmo campo sazonal é por demais exigente e carente de mão de obra qualificada em horários cuja disposição e oferta de trabalhadores é visivelmente escassa – e isso prejudica e compromete as relações pessoais e familiares, estabelecendo um difícil equilíbrio entre o pouco espaço profissional de que o garçom dispõe (sem controle, garantias, nem autonomia) e seu espaço privado e afetivo. Submetido às pressões do campo, como a carga horária noturna intensa e contínua, em que permanecem desprovidos de quaisquer contatos com seus familiares, o garçom relega sua famílias e relações pessoais a segundo plano – e isso revelou-se como regra e não exceção à maioria dos entrevistados, segundo Cisne e Coroa Boreal:

COROA BOREAL – (...) Eu tenho condições depois do verão. Só que infelizmente eu ganho bem aqui no verão, então se eu sou bem atendido eu gosto de dar uma gorjeta, eu não reclamo de preço. Se eu não gostei simplesmente me levanto e vou embora, ninguém é obrigado, depois que entra aqui. Você não é obrigado a sentar agora e gastar o dinheiro que você tem e voltar sem nada para sua cidade. Gorjeta é presente.

CISNE - Presente.

COROA BOREAL - Tem 10% na conta que é obrigação, que eu acho que é obrigação porque... é para toda a equipe, por isso mesmo. Daí, depende do atendimento que você dá para o cara a gorjeta é um presente, só que a gente ganha muito esse presente, a gente sabe que a gente vai ganhar, entendeu? Porque a gente atende muito bem! Eu, modestia à parte, eu atendo muito bem, então eu sei que eu vou ganhar. Ele também! Agora, tipo, tem muito garçom que vem aqui pela primeira vez achando que vai ganhar 50 mil reais no verão, e é mentira, é uma grande mentira, porque não ganha na verdade, não é bem assim. Quem ganha é quem conhece já os clientes, no caso; a gente já conhece eles, eles procuram pela gente, ele vem para cá, já “Oh, está ali ele!”

CISNE - E supera também, a gente supera muito atendimento.

COROA BOREAL - Supera a expectativa deles. Tem um garçom, o que um garçom é para você? Um cara que vai simplesmente levar o teu copo e encher o teu copo, botar

teu prato, te cobrar a conta no final... A gente não. A gente está lá brincando, a gente dança, a gente arruma namorada para o cara.

CISNE - A gente sobe no camarote deles e estoura champanhe com eles... A gente abraça os amigos deles, a gente leva bebida para uma menina lá na praia... Na praia, que ele quer conhecer. Leva champanhe mesmo, então é uma coisa diferente, não é um garçom, um garçom...

COROA BOREAL - Na verdade, a gente é quase um mordomo deles... (...) Eu não venho trabalhar aqui por salário.

CISNE - O salário não vale.

COROA BOREAL - Nem o salário e nem comissão que me dão.

CISNE - O salário não vale a pena.

COROA BOREAL - O que me sustenta...

CISNE - Do dia dá mais do que o salário do mês.(...)

COROA BOREAL - E não é para todos os garçons. É eu, ele e mais um, dois, três que trabalham lá embaixo. Quem trabalha aqui em cima, não. Quem trabalha em cima é um negócio mais humilde, ele vê como salário. Mas para a gente o salário? Eu não viria na verdade, que a minha empresa me dá mais dinheiro no verão. Eu venho pela gorjeta (...).

CISNE – Sim! A gente vem aí e trabalha. A hora que tiver de trabalhar e vendendo até a hora que tiver que vender. **(Como Natal e Ano Novo constituem dias de festas e encontros familiares, pergunto sobre suas esposas e filhos)**

COROA BOREAL - A esposa, eu conheci ela aqui...

CISNE - A minha me largou...

COROA BOREAL - Ela era auxiliar de garçomete. Ela conhece, ela fica com pouquinho de ciúmes, só que ela aparece do nada...

CISNE - Elas querem agarrar o garçom, ficam puxando.

COROA BOREAL - A minha mulher vem do nada, ela fala: “Fica ligado que eu estou sempre atrás dos coqueiros, aí!”. Mas ela gosta da televisãozinha que eu ganhei de presente, os presentinhos, a jantinha fora... Não... ela sabe que eu estou aqui a trabalho, na verdade ela me conhece.

CISNE – A minha me largou. Não foi por causa do Turquesa. É, trabalhar a noite, mulher, bagunça... Quem trabalha à noite infelizmente se perde...

COROA BOREAL – Eu não trabalho mais de madrugada. Aqui é diurno, o nosso trabalho vai até no máximo as dez da noite, depois fecha. De madrugada eu não trabalho mais, eu evito... Eu já trabalhei muito de noite, eu tenho quinze anos na área, mas hoje em dia eu me dou o luxo de não trabalhar. Paga melhor, dá mais dinheiro, mas aí não é tudo também. Minha esposa me larga se eu trabalhar de noite, ela falou.

CISNE - É complicado, eu trabalho de dia também, mas é complicado, eu não tenho esposa. (Coroa Boreal e Cisne)

5.2 Marcas do midiático - a catapulta midiática do século XXI

Nesta compensação desenvolvemos este elemento analítico para observar e refletir sobre os efeitos dos veículos e formas de comunicação midiáticas que agem desde o fundamento até a fomentação de Jurerê Internacional como fenômeno cultural global contemporâneo. Aqui, objetiva-se relacionar os agentes direta e indiretamente influenciados e até mesmo remunerados pela disposição do poder cultural e do poder simbólico das mídias globais.

Este elemento é subintitulado de *catapulta midiática* numa referência à dinâmica dessa estrutura objetiva, pois as mídias impressa e eletrônica (locais e globais, devido à ação disseminadora das redes sociais) podem produzir efeitos semelhantes aos de uma catapulta, ou seja – lançam “bombas” (informes jornalísticos e/ou notas publicitárias) a grandes distâncias (hoje globais). Seus projéteis vencem fronteiras e ocultam problemas de todas as ordens (políticos, econômicos, culturais, etc.); alcançam o alvo que no caso de Jurerê Internacional é potencializar ao máximo a expansão da sua divulgação enquanto empreendimento imobiliário e turístico, sejam quais forem as suas condições de existência do território em que este se encontra construído.

Encontramos mais uma vez em Bourdieu (2010) determinados conceitos e perspectivas que nos ajudam a compreender os fundamentos e os objetivos das ações midiáticas, porque elas são concentradas teleologicamente na função da comunicação por excelência, e porque elas mobilizam toda uma disposição de forças que se estabelece com a violência simbólica. Como explica Bourdieu, a comunicação – que é a função midiática teleológica e primordial -, congrega um sistema de

conhecimentos, composta e concentra a impregnação de valores e crenças, e de disposições de interesses, pois

O poder simbólico como poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto, o mundo; poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário. Isto significa que o poder simbólico não reside nos “sistemas simbólicos” em forma de uma “illocutionary force”, mas que se define numa relação determinada – e por meio desta – entre os que exercem o poder e os que lhe estão sujeitos, quer dizer, isto é, na própria estrutura do campo em que se produz e se reproduz a crença. O que faz o poder das palavras e das palavras de ordem, poder de manter a ordem ou de a subverter, é a crença na legitimidade das palavras e daquele que as pronuncia (...). (Bourdieu, 2010, pp. 13, 14).

Não restritas apenas às ideologias nem ao campo social ou intelectual, as mídias contemporâneas emergem como um dragão desnorteado que serpenteia entre a maioria das culturas e civilizações pela internet. Diversificada em suas modalidades linguísticas, tecnorrônicas e tecnológicas, a mídia não só expressa como legítima discursos e padrões de uma determinada conduta e aspiração ética e política; entre seus ferozes e quiméricos poderes está o de reportar e de até mesmo forjar específicos *habitus* de épocas, na medida em que atende a necessidades de produção e de marketing de grupos financeiros interessados e atinge a públicos consumidores economicamente distintos – moldando-os, contudo, por igual no despertar de suas vontades, evocando os desejos de pobres e de milionários, de nobres e plebeus, dos herdeiros e dos órfãos, como se o possível fosse inerente a todos e idem às ilusões.

Submetidos, décadas a fio, ao poder de concentração diária da representação midiática, que comporta desde informações a estratégias e técnicas de convencimento, a “consciência” ou o que viriam a ser os princípios éticos da comunicação social (da mídia propriamente dita)

hoje retrai-se e coloca-se a serviço de uma hegemonia de mercado, e é rapidamente percebida como instrumento de dominação do Estado. O liberalismo político e econômico tem na mídia o maior músculo do braço à mão invisível do capitalismo. Fisher (2005) observa, citando Bauman:

Libertos dos obstáculos físicos, em virtude das novas tecnologias de informação e comunicação, muitos de nós – mas não todos nós – podemos nos apropriar de um mundo fantástico de imagens, dados, sons; temos um poder que não é deste mundo, como escreve Bauman, um poder desencarnado, que nos confere uma capacidade imensa de nos movermos e de atuarmos a distância. Ao mesmo tempo, muitos outros – e são seguramente muitos, quantitativamente, num país como o Brasil – acompanham literalmente a distância essa mesma possibilidade de liberdade de movimentos no reino do virtual, com uma perda que não podemos desconsiderar: as localidades às quais essa grande maioria se vê confinada, justamente pela força da outra realidade maior, do mundo online, são realidades que gradativamente perdem força e vitalidade, passam a carecer de importância. Tudo indica que a TV aberta continua a ser, ainda hoje, a grande fonte de lazer e informação para a maioria da população. Ela certamente oferece uma janela para o mundo, uma possibilidade de acesso a informações imediatas sobre acontecimentos de diferentes pontos do planeta. Ao mesmo tempo, porém, esse meio de comunicação ensina algo que muitos depoimentos dos grupos de jovens confirmaram: vidas privadas e intimidades invadem o cenário público da mídia não exatamente para que haja uma interação com os espectadores, para introduzir uma nova discussão com relação aos modos de existência do público e do privado em nossa sociedade. Como assinala Bauman, no máximo o que se faz é fortalecer o privado em sua privacidade (ibid., p. 231). Programas televisivos sobre a intimidade das pessoas, sejam elas célebres ou não, “(...) são lições públicas sobre a vacuidade da vida pública e sobre o vazio das esperanças postas em tudo o que seja menos privado que os problemas e as soluções particulares. Os solitários indivíduos entram hoje numa ágora e não se encontram a não ser com outros que estão tão sós como eles mesmos. Voltam para casa tranqüilizados com sua solidão reforçada.” (Fisher, 2005, pp. 45,46).

As *marcas do midiático* são tidas na pesquisa como centro de uma estrutura estruturante no contexto do campo, porque nele temos a produção e identificação de problemas que se desdobram e ampliam (problemas que não cabe à nossa pesquisa aprofundar). Dele emanam os “raios” de atração ao público, por meio da produção de estratégias publicitárias, de marketing e de propaganda (modos de abordagem da linguagem e da estética, que estabelecem um poder de alcance e controle do público). Tais estratégias circulam e agem não somente nas esferas privadas da publicidade (fontes financeiras e público elitista), mas em veículos de comunicação de massa, quando se aplica a propaganda em forma de notas e textos jornalísticos pelas mídias.

Em uma perspectiva simples e imediata, tais estratégias e veículos reproduzem (e promovem) indireta mas objetivamente a desigualdade, nos diversos setores da sociedade (econômico, cultural, educacional etc.), quando da divulgação do empreendimento turístico de Jurerê Internacional e de suas atrações, de que somente os ricos podem usufruir. Oriundos da classe trabalhadora (não classe média ou alta), os garçons geralmente não têm privilégios ou heranças materiais, e de herança imaterial o que detêm, na maior parte dos casos observados em campo, é uma formação escolar pública incompleta – ou completa até o ensino médio, no máximo, o que, em seu limite, é considerado razoável e por isso mesmo aceitável (já que a passividade é o principal alento do empregador). Como Souza (2012) nos lembra, fundamentando-se nas análises bourdieusianas para analisar o limitado (mas ativo) poder de reflexão e de resposta das massas²³:

O dado fundamental que monta a ideia da passividade das massas é precisamente a comunicação de massas porque ela teria esfacelado a esfera pública em um conjunto fragmentado de consumidores passivos de imagens e mensagens manipuladas por técnicas, sobretudo no que se refere àqueles que não têm instrução para se distanciar das sensações audiovisuais e avaliar **o que, como e por quê** se produziu esta informação. (...) As mensagens recebidas por meio da mídia – sobretudo a televisão e o rádio nos importam aqui – são sujeitas a uma “elaboração discursiva”, a um processo interpretativo (...) de recepção, isto é, das situações domésticas de domínio privado informadas pela experiência

²³ Souza (2012) refere-se às críticas ao lulismo, movimento inspirado no presidente Luiz Inácio Lula da Silva (pós-presidente Fernando Henrique Cardoso), cujo governo fomentou programas sociais de grande popularidade como o Bolsa Família.

de vida cotidiana dos espectadores. (Souza, 2012, pp. 248 – 251).

A catapulta midiática: de acordo com as entrevistas que veremos, é importante a percepção do poder simbólico evocado por trás das citações, pois elas exibem também as marcas do midiático; numa dimensão concreta, estas marcas estão nas logomarcas empresariais (de empresas jornalísticas) ou personificadas pelas próprias celebridades (esportistas, atores, políticos, jornalistas) citadas pelos entrevistados. Marcas e personas possuem capital cultural e simbólico o bastante para influir na produção de sentidos destas comunidades (grupos midiáticos e elites econômicas); nesse sentido, o recorte da entrevista cruzada com Cisne e Coroa Boreal é revelador e coerente com o tipo de discurso que as mídias locais e globais lançam aos públicos sem distinção.

COROA BOREAL – (...) Na verdade todo o mundo já sabe, o Jurerê Internacional aparece nas revistas, todo mundo sabe que é caríssimo. Mas custa dez reais uma long neck Stella, quanto é que custa uma estrutura disso aqui, os caras têm que manter...

CISNE - Ele não paga uma entrada para entrar, ele vem e fica...

COROA BOREAL - Exato, é caro, o copo que nos usamos é um copo de qualidade, um garfo de qualidade, um prato de qualidade, não usamos nada de plástico. Vai comer uma comida boa de qualidade, com cozinheiro especializado.

CISNE - Matéria-prima de primeira.

COROA BOREAL - Matéria-prima de primeira. O cozinheiro que faz é um cozinheiro formado, até no exterior! O pessoal que vai atender ele é um pessoal que tem curso, está treinado, (...) tem toda uma estrutura de DJ, de camarote, de almofadinha, tudo da melhor qualidade, tudo limpo, tudo bonito, vai ter uma pessoa para cuidar dele. (...) Agora assim, tem muita gente que vem para cá querendo tirar um monte de fotos no Turquesa para botar lá no Facebook: “Oh, eu estava no Turquesa bombando!”. Aí fica bravo porque a cerveja Stella é nove reais, mas quando você entrou você leu que estava nove reais, você podia pegar e se retirar, não é obrigado a ficar em lugar nenhum (...) Fechei uma conta de 17 mil, 17.079 reais.

CISNE - Jogador de futebol, não é?

COROA BOREAL - Champanhe, isso aí foi só champanhe, só que champanhe cara champanhe Moët Chandon.

CISNE - Quatrocentos reais cada uma.

COROA BOREAL - Quatrocentos reais, tomou 25 já. (...) Esse daí são jogadores de futebol que jogam na Europa, eles veem e traz todos os amigos...

CISNE - Primos, aqueles que ficaram aqui no

Brasil. E aí os primos vêm se divertir, e esse aí fica com os pirulitinhos, toma só cerveja, e o resto tomando champanhe, pra fazer uma média com a família, na verdade.

COROA BOREAL - O Ronaldinho, quando vem, só toma cerveja. Conhece o faveladão lá de Porto Alegre? Ele traz uns caras muito feios, ele traz as pessoas muito feia, mas eles ficam bem tranquilo, é umas pessoas bem estranhas! Fica todo feliz tomando champanhe, e o Ronaldinho só tomando a

cerveja (...). Tem muito dinheiro

CISNE - Gorjeta eles dão mesmo, sem dó.

COROA BOREAL - Não: jogador de futebol dá muito!

CISNE - Dá, joga fora, isso aí tudo dão gorjeta aí, bastante, sem dó! Eles dão mesmo, e agradece e fala que é pouco ainda o que eles estão dando para a gente. (...) Por exemplo, olha quem está chegando ali: o André Kalil, não sei se você conhece.

COROA BOREAL - É repórter, quer ver? Ele vem me cumprimentar, é repórter da região.

CISNE - Mas é... Eu não me deslumbro na verdade com nada disso aqui, sabe? Eu não me deslumbro...

COROA BOREAL - Ele é da TV local, o mais conhecido aqui. Quando você vê já ganhou intimidade. Onde que um cara desses vai falar com o garçom? Em lugar nenhum.

CISNE - Um cara bacana, tem dinheiro também. (...) Que aqui no Turquesa é aberto, não é fechado que nem no Quartzó que não tira foto. Aqui no Turquesa, coitado, o jogador de futebol, eles vem para cá, e daí a pouco todo mundo pede para tirar foto, porque a gente não fecha. O máximo que eles podem fazer é o segurança deles barrarem, mas eles estão totalmente expostos, eles estão expostos ao ridículo, se ele ficarem bêbados, se eles pegam usando drogas, então...

COROA BOREAL - Mas eles usam lança perfume, que não pega em anti dopping. Não cheira cocaína, mas o que eles fazem? Usa lança perfume, e o que a gente faz?

Quando a gente vê que eles estão muito loucos, estão passados, a gente entra na frente deles, fica na frente deles para ninguém ver de fora que eles estão usando lança perfume. (...) Na verdade a gente está protegendo nosso cliente, não protegendo a droga, em si. Estou protegendo a pessoa.

CISNE - Porque eu tenho um vínculo com ela, eu gosto tanto dela que eu não quero que apareça no outro dia, a pessoa estava se drogando...

COROA BOREAL - Entendeu? Eu protejo a pessoa, que a partir disso aí não é mais minha cliente é minha amiga.

CISNE - Como se um amigo meu estivesse dando vexame e eu estou tentando amenizar o vexame dele, entendeu? Sai de casa, leva em casa, vai levar no hotel, volta. (Cisne e Coroa Boreal)

A possibilidade de interação e a sensação de pertencimento com relação às elites econômicas, sociais e políticas são atrativos muito fortes a Cassiopeia. Apesar de manter um ritmo de trabalho extremo e intenso, cuja exigência objetiva o atendimento direto a um público estimado entre oitocentas e duas mil pessoas em circulação diária pelo *beach club*, ele sente-se agraciado e relega ao esquecimento quaisquer problemas relativos à desigualdade econômica, mostrando não possuir no momento nenhum desejo de confronto nesse sentido:

(...) O público aqui é um público mais elitizado, digamos, uma classe A... aqui é grandes empresários, pessoas bem sucedidas mesmo, e têm muito dinheiro (...). Vêm pelo glamour, pela maneira que o pessoal se porta aqui no beach club de estourar champanhe para o alto, rasgar dinheiro, digamos assim, é uma maneira deles gastar, (...) chega a hora do Sunset que vira uma balada, o pessoal jogando Champanhe para cima, gastando bem mesmo. (...) Só dentro do restaurante deve ter mais ou menos oitocentas pessoas, daí tem mais um giro, deve girar em torno de umas duas mil, três mil pessoas. (...). Tem clientes que vêm aqui todo o ano (...), muita gente importante, famosa, digamos assim. Celebidades (...). Até tem clientes aqui importantes como Aécio Neves que vem aqui, me chama pelo nome. É um cara importante, já conhece a minha família, é um cara que é uma pessoa humilde, entendeu? Que não é porque ele foi governador e hoje é uma pessoa importante. Ele te trata como uma pessoa comum, como alguém que fosse parte da família

dele, pelo carinho que ele transparece assim, sabe? Ah, tem muitos famosos, tem o Aécio Neves, tem o Ronaldo Gaúcho. É o meu conterrâneo, está sempre aí também, é muito gente boa, humilde também! Tem vários jogadores de futebol que têm procurado frequentar aqui a casa também. (Cassiopeia)

A catapulta midiática, nem sempre bem dirigida, às vezes pode produzir fogo irmão ou dar um tiro no pé, como se diz no linguajar militar. É este o caso que nos sugere Pégaso, que, mesmo sem nunca ter tido condições econômicas para sair do Brasil, acredita que reproduz em seu campo de trabalho os mesmos procedimentos e serviços de alto padrão oferecidos nos mais famosos *beach clubs* internacionais cultivados pelas celebridades.

As promoções midiáticas produzem múltiplos efeitos sobre a imagem de Jurerê Internacional. Ao empobrecer, porque esvazia de sentidos, as manifestações da cultura local, a mídia reproduz necessidades, interesses, conhecimentos e condutas que são aprovados internacionalmente na região, o que a equipara a outros empreendimentos internacionais e a legitima como centro de atração turística às elites econômicas e financeiras. Ao promover exclusivamente o sucesso e a expansão financeira, ao excluir os tópicos para o debate público (como os problemas sobre o mercado turístico local e as condições do campo de trabalho sazonal da região), motivando o silêncio e as críticas sobre as ações dos agentes políticos, as mídias local e global favorecem o aumento ao seu descrédito e um tripé inicial de dúvidas: sobre a própria função midiática (local e global), sobre o seu sentido e neutralidade política, e sobre seu papel econômico - porque apesar de tudo, como Pégaso observa, a discussão e a opinião pública cotidiana ainda têm valor neste contexto:

Nós temos no caso um pico de movimento que ele funciona, ali são os quinze dias de Natal e Réveillon, que os dias que nós temos o maior número de clientes na casa, que chega em torno de duas a três mil pessoas, isso nesse período. (...) No caso, a gente não trabalha só com o público assim, abrindo a casa somente com DJs, com festas assim, a gente também trabalha com eventos, está começando a trabalhar com eventos que é casamentos, eventos corporativos de grandes empresas, estão vindo para cá juntamente pela beleza da casa e pela qualidade também do serviço que a nossa empresa oferece a eles. (...) Tipo, tu vai em Ibiza digamos assim, que é uma ilha,

um lugar muito procurado. Miami, por exemplo, você vai nesses lugares no mundo que são comentados como Florianópolis está sendo agora; lá é bem diferente, entendeu? Nunca tive o privilégio de conhecer esses locais, mas como a gente trabalha com muitas pessoas aqui de alto poder aquisitivo elas comentam com a gente, e elas comentam também que a gente aqui no local no Pérola se equipara a isso. (...) O nosso empregador ele viaja muito, entendeu? Então ele... O padrão, por isso que eu digo, há empresas que se importam, e empresas que não se importam. O nosso patrão, digamos, tem condições, ele viaja, está sempre viajando para esses pólos turísticos. Ele é da área, ele trabalha no caso com isso, ele viaja, ele vê como que funciona, desde do atendimento, como que ele foi atendido nos melhores Day Clubs do mundo que ele tem oportunidade de ir, nas boates ele vai ver como que é o atendimento, e volta para cá... É claro tem coisas que eles estão muito à frente da gente, mas no nosso âmbito da parte operacional de atendimento ao cliente ele procura trazer algumas ideias para a gente estar usando aqui, por isso que hoje a nossa casa ela é considerada o padrão do atendimento dela como os Days Clubs, os maiores Days Clubs mundiais, porque a gente tenta puxar um pouco disso. (...)Aqui é uma casa só que abre com DJs no verão, inverno nós temos nossos eventos. Agora são show nacionais, são DJs nacionais que vêm, casamentos, eventos corporativos, então é diferente de um hotel. Você tem que fazer uma festa, você tem que animar, mas se você não der suporte para o teu cliente que está dentro vir se divertir, não ter incômodo, estresse, ele não volta! É assim a negatividade: uma pessoa fala para o amigo, o amigo reflete outro, a negatividade sobe muito, então o que acontece? O que a gente tenta fazer é não existir esses pontos negativos e quando acontecer a gente tentar dar o melhor suporte (...). (Pégaso)

Cocheiro possui experiência semelhante em que o trabalho efetivo (de cumim e depois de garçom) foi o objeto de incentivo definitivo para a conquista do seu status e condição profissional atual; feliz com as celebridades idolatradas pela mídia, ele mesmo tornou-se objeto midiático moderado nas redes sociais e das celebridades. No entanto, guarda críticas pontuais à administração não só do mercado de trabalho local, mas à administração política dos serviços públicos na capital:

(...) Porque na alta temporada funcionam as praias, e na baixa temporada funciona o Centro de Florianópolis que fica vazio na baixa temporada... (...) Sabe, poderia estar equilibrado isso daí, podia ter mais... chamando mais o pessoal, fazendo mais divulgação (...). Eu acho que falta um apoio, ou falta mais divulgação principalmente na baixa temporada (...). Florianópolis está crescendo muito, mas ao mesmo tempo está perdendo. Porque muitas pessoas que vêm para cá, deixa a desejar o transporte, sabe? Para trazer o pessoal mais para a praia, o transporte aqui é escasso, sabe? Eu sei disso porque eu pego ônibus para vir para cá e eu dependo de ônibus para mim trabalhar, sabe? Então eu chego uma hora da manhã, uma e meia da manhã eu tenho que depender do ônibus das cinco horas da manhã. O restaurante que fica aberto até duas, três horas da manhã esperando um cliente que depende de ônibus que está circulando? Ele não vem, porque o ônibus passa até uma e meia da manhã. (...) Eu trabalhei na Double Seven, lá no Centro, que é do que uns dos sócios eram do Guga, e não só o Guga subiu na cozinha elogiando os nossos pratos, como passou o Rui Chapéu que foi na cozinha. O Tiago Silva, que é o jogador da seleção brasileira, subiu na cozinha para elogiar a nossa comida. O baterista do Guns N' Roses foi lá na nossa cozinha, e foi lá em cima! Tenho fotos no Facebook, tudo com eles, eu te mostro as fotos! Você vai ver as nossas fotos tudo lá, o filho do Bob Marley, tá! O Ziggy Marley foi lá fazer uma palhinha para nós no Double Seven. Então, quer dizer, isso é gratificante para nós, pessoas que subiram elogiando a nossa comida. Aqui no Quartzó, veio o Rodrigo Santoro, que foi lá na cozinha. Foi várias atrizes, a Ísis Valverde que foi lá, vários artistas que foram dentro da cozinha, aqui no Quartzó que elogiaram muito a nossa comida. (...) Imagina uma pessoa vindo de fora, ainda mais conhecido, e está elogiando a equipe, e a comida, isso para nós é muito gratificante, isso não tem preço. (Cocheiro)

Atraído pelas marcas do midiático que antes conquistara a crença de seus familiares da região, Leão Menor veio para o campo de trabalho sazonal sob as promessas de prosperidade econômica, divulgadas com os eventos promovidos pelas mídias locais e globais.

Meus parentes já falavam: "pô, vai trabalhar em Jurerê Internacional, porque quem tem grana vai pra lá, entendeu? Então vai ser bem melhor, voce é garçom, vai

ser melhor voce trabalhar lá, do que Ingleses, do que em Canasvieiras, né", e aí já fiquei com isso na cabeça, então o primeiro lugar que eu fui entregar currículo foi aqui, em Jurerê, entendeu... pra tentar trabalhar aqui, e graças a Deus consegui! (...) garçom que atende o lounge, que atende realmente as pessoas que têm grana que é igual ao quê, Ronaldinho Gaúcho que veio aqui e senta ali nos lounges, tudo, pô, esse ganha muito mais grana entendeu, enquanto eu fecho mesa de duzentos reais eles fecham uns 5 mil, de 10 mil reais né entendeu? Então é outra história. (Leão Menor)

5.3 Os “troféus”: projeções de poder simbólico, o individualismo ético e a produção da inversão moral

Desenvolvemos esta ideia por estar associada a uma prática social que se constitui na ação do consumidor de relacionar-se com indivíduos “célebres”, celebrados e cultivados essencialmente pelos meios midiáticos e redes sociais; neste contexto, os agentes (clientes e garçons) estabelecem uma relação de uso e/ou apropriação das imagens desses indivíduos célebres, que ocupam o status de celebridade por razões diversas. Estes agentes destacam-se dentre os mortais porque se tornam objetos simbólicos que representam uma condição social ideal por diversas disposições, formas e conteúdos: condição estética, intelectual, esportiva, cultural e/ou financeira – mas todas estas são condições projetadas por uma evidência, um traço simbólico representativo cuja significação distingue o agente como o ideal, o mais próximo de um estado de perfeição ou de conquista, uma verdadeira personificação da capitalização de “talentos”, ou seja, de capitais e de poderes que dele e através dele emanam (já que ele é um “troféu” para quem dele se aproxima no espaço social).

Esta projeção de um agente como objeto representativo faz com que sua hexis incorpore imediatamente e seja inseparável de seu ethos idolatrado e esperado (seu próprio corpo, ação e discurso se tornam sua própria condição cultural, que o enleva à condição de objeto memorável e célebre). Mas porque é importante estudarmos os mecanismos que produzem os troféus? Por que buscamos compreender o ajustamento da hexis e do ethos de um troféu?

Na verdade, tanto a *hexis* e o *ethos* de um troféu fazem-se a partir de uma estrutura mental idealizada, de uma produção de crenças, discursos e práticas capaz de gerar expectativas como modo de uma aspiração permanente e aparentemente sem contradições, como se uma verdade absoluta e irrefutável estivesse incorporada nas ações e discursos dos agentes troféus. A dimensão de seus feitos e discursos são objetos cotidianos de idolatria e são disseminadas nos agenciamentos do espaço social adquirindo certa legitimidade porque tem reconhecimento, crença e reprodução. Por quê? Porque representa o poder simbólico da detenção e da atribuição de determinados capitais. Por exemplo: a *top-model* que atrai multidões, centenas de agentes a um evento de moda – ela agrega em um estereótipo da beleza ideal (a beleza cultivada pelos padrões estéticos promovidos pelas elites socioeconômicas e também pelas elites midiáticas) capitais de diversos tipos: financeiros, logísticos, produtivos, jornalísticos, etc.²⁴ Desse modo, os próprios proprietários dos *beach clubs* são ilustres e valiosos troféus, porque estabelecem uma relação de uso e/ou apropriação das imagens das celebridades, que por sua vez são e/ou serão seus clientes habituais – o que implica que, salvo raras exceções, as celebridades não só consomem os seus produtos e mercadorias, mas cultivam os mesmos costumes, atitudes, discursos e crenças promovidos pelos proprietários dos *beach clubs*.

A apropriação das imagens das celebridades é utilizada como troféus, para promoção do lugar, do evento e dos agentes envolvidos; são pessoas tratadas como mercadorias, produtos de consumo porque seu valor está no poder simbólico que detêm, de conferir distinção de classe, seja pelo imediato acesso às mídias e à classe A, pelo alto padrão do estilo de vida de empresários, políticos, artistas e intelectuais, pelo seu bom gosto e suas preferências de consumo etc. Os troféus, que são essencialmente celebridades cultivadas e promovidas pela mídia, passeiam com vestes que já carregam ideais e discursos simbólicos *per se* (como os ternos italianos com as gravatas de seda, os vestidos esvoaçantes e longos, os maiôs de praia assimétricos, etc; suas

²⁴ Outro exemplo: os herdeiros patrimoniais e/ou políticos que detêm por direito hereditário os capitais econômicos, culturais e/ou políticos que lhes são direta e indiretamente transferidos pela herança destes mesmos capitais – estes reúnem em sua volta em qualquer evento agentes em posição similar no espaço social e que, se não têm os mesmos tipos de capitais, certamente os aspiram. Temos também os escritores de *best-seller* que são objetos da idolatria intelectual popular e/ou acadêmica, e estes são autores de provérbios que são repetidos e reproduzidos em dezenas de formas literárias, educacionais e em leituras públicas, como se suas palavras e ideias fossem conversas íntimas e sagradas com o todo o tipo de sujeito celestial – antes de tais escritores serem mercadorias com valor no mercado literário, jornalístico e intelectual, detendo imenso poder de consumo dentre as classes populares e elites.

maquiagens discretas ou extravagantes, seus penteados com perucas e cortes geométricos, as joias clássicas com pedras preciosas, e os acessórios de grifes internacionais). Assim, carregando discursos, práticas e objetivações simbólicas indizíveis, os troféus transitam em ambientes economicamente inacessíveis à maioria da população trabalhadora; são espaços sociais privilegiados porque são absurdamente caros e porque expõem seus troféus - como as festas privês de estrelas de novela e do cinema; concertos com astros da música erudita e popular; eventos da área do entretenimento como premiações e homenagens com representantes do campo político; e eventos privados de empresários com as modelos internacionais e os agentes da indústria cultural etc.

A noção de que o individualismo ético pode produzir a inversão moral busca identificar os possíveis ajustamentos de costumes, valorações e crenças que são invertidas pelos agentes que, de acordo com as novas necessidades que o campo de trabalho dispõe, acabam adotando princípios, normatizações, condutas e práticas contrárias aos costumes acordados pelo senso comum. Se nossa pesquisa estivesse concentrada na questão do gênero, ela teria se esbaldado no campo de pesquisa. Campo em que o poder simbólico sofre com sua imbricagem com o poder econômico, as investigações quanto ao gênero são necessárias, oferecendo um banquete para a produção de debates sobre, por exemplo, não só a gênese, mas o contexto contemporâneo dos estereótipos femininos e suas consequências. Podemos confirmar, em um breve perfil, que os agentes entrevistados conformam atributos às suas clientes do sexo feminino que desenham um espectro de indivíduos com: sex appeal em elevadíssimo grau (acentuado) e com padrão contínuo; indivíduos autoritários e indiferentes; essencialmente oportunistas e interesseiros; vício generalizado em altas doses contínuas de álcool; indivíduos que, quando trabalham com a prostituição e são garotas de programa, no entanto, têm todos estes atributos convertidos, ou seja: são cultas, educadas, gentis, ainda alcoólatras mas workaholics. O machismo adquire dimensões gigantescas neste tipo de abordagem; para todos os efeitos, tal revelação do campo corrobora a hipótese de que o individualismo ético favorece a produção de uma inversão moral, fenômeno que emerge durante as falas dos entrevistados.

A beleza de um corpo leve e alcoolizado que dança com suas asas douradas, como um troféu de campeões que passa de mão em mão na final do campeonato, entre aqueles que derem o lance mais alto nos *beach clubs*, lutando em cash pela semideusa mais bela, sem rubores e para todo mundo ver. Este é o tipo de experiência de que Libra se

recorda, indicando a desproporção que tomam as vaidades de quem tem dinheiro para comprar imagens e pessoas, e que custo podem ter esses sinais da perfeição.

É muito dinheiro... Essas últimas festas aí um cliente pediu cem garrafas de champanhe de mil e oitocentos reais cada uma, entendeu? Ele estava com camarote, e devia ter pelo menos umas quarenta, cinquenta mulheres. Ele mais uns três amigos, e a mulherada, eles já chegam, tem muitos desses clientes que já vêm, por exemplo, do Rio de Janeiro tem avião particular, já trazem as meninas para cá, alugam duas casas, uma só para elas, uma para eles, eles já chegam na festa já com um monte de mulheres... Onde eu trabalho ali agora no momento eu posso contar na mão quantas mulheres feias na festa, e só mulher... Silicone na bunda, silicone em outros lugares, não tem só silicone no peito... Antes de ontem estava vindo só as top model, só as modelos... Parecia que eu estava no meio de uma passarela assim, só top model... Vários atores, o Selton Mello estava lá. Pegando geral... (...) Trinta garrafas de champanhe de 200 reais, e manda distribuir na pista, dá para o pessoal beber na pista (...). É o que mais a mulherada gosta também. A mulherada gosta! Para pegar mulher lá, os caras do lança-perfume pegam todas as mulheres lá. Primeiro: para pegar uma lá, quando têm estrangeiros, por exemplo, porque muitas vezes vem os estrangeiros que eu atendo, que eles chegam numa festa e não sabem mesmo, o cara não sabe como é que fazer. Tem que meio que ajudar ele. Para pegar mulher na balada tem que ter uma garrafa de vodka e uma garrafa de champanhe. Compra uma garrafa de vodka e uma garrafa de champanhe e você consegue ficar com as meninas, porque estão aí para beber de graça, o que elas querem é sair para festa, muitas vezes nem pagam entrada e querem beber de graça, e isso que elas querem. As meninas vão para pitar mesmo, a mulherada bebe muito, muito mesmo. Tipo aquelas modelos, aquelas meninas do Faustão, aquela dançarinas, todas, assim tipo... É só top model assim, pô! Como é que um lugar tem tanta pessoa, tão bonita assim? (...) Com certeza que são de uma outra classe. (...)O Ronaldinho Gaúcho chegou uma vez lá era seis da manhã e pediu cinco dessas de 15 mil, cinco garrafas dessas de 15 mil, cinco, nossa tem um vídeo com milhares de foguinhos e tal, o Neymar... O Ronaldinho Gaúcho foi o que mais gastou assim, fechou a casa, onze

da manhã ele estava ainda lá na casa, ele fechou a casa, ela fechou ele ficou até dez, onze da manhã lá... É. Super simpático, cumprimentando todo o mundo, marrento só, não é? Tipo, óculos escuro, correntona de prata e tal... (...)É marrento, tipo rapper assim, mas super tranquilo... (Libra)

Os anjos dourados, a priori, têm a necessidade de agenciamento nos *beach clubs* – são os “cupidos”, garçons dos *beach clubs* e casas de show tradicionais de Jurerê Internacional que mantêm e congregam contatos com celebridades e agentes cujos capitais e poderes se acumulam. São garçons de uma elite econômica e financeira e, como tal, constituem uma outra elite de profissionais dos *beach clubs*. E eles (todos do sexo masculino) atendem especificamente os milionários, porque o comércio dos corpos, a aproximação dos interesses, dos desejos e de afetos são estruturas objetivas e mentais que ambos sabem manipular com maestria e requinte e, como se não bastasse, com apreço, respeito e distinção. E aqui se dá a imbricagem: não raro, as carências de seus clientes produzem um tipo de identificação entre suas subjetividades, de modo a despertar nos cupidos instintos de proteção:

COROA BOREAL - A gente é os cupidos aqui do Turquesa.

CISNE - A gente arruma namorada para os caras, e arruma namorado para as meninas.

COROA BOREAL - Tinha um cara ali atrás, embaixo, que ele casou com uma menina que eu apresentei. Sério, eu não me lembro o nome dele.

CISNE - Ele é o mestre! É o mestre de fazer casal aqui. É bem legal, assim, todo mundo vem procurando uma namorada aqui, uma menina bacana. Eles acham... Se ele não achar, a gente acha para ele, não é negão?

COROA BOREAL - Não, não, só brasileiro. Porque o pessoal na verdade vem meio inibido já, porque como é um público muito bonito, muito elegante que vem no Turquesa. O pessoal fica inibido: “Nossa que mulher bonita, como é que eu vou chegar naquela mulher?“, aí ele chama eu, a gente vai lá e conversa com ela, oferece uma champanhe.

CISNE - A gente faz o primeiro contato, no caso. O primeiro contato. A partir desse primeiro contato ele vai se desenvolvendo com champanhe na cabeça, desenvolve mais fácil, não é? Vai apresentando e falando que o cara é gente boa, e mentindo horrores para as meninas, que o que elas gostam de ouvir.

COROA BOREAL - Que bom... A gente aprendeu na necessidade... Por exemplo, assim: “Te dou 50 reais para você ir lá chamar aquela menina para vim sentar comigo!”.

CISNE – “- Eu vou por 50, se ela não vim! Se ela vim, você vai ter que me dar 100! Eu vou convencer ela”. Então, a gente aprende a conversar, aprende a explicar... É uma brincadeira...

COROA BOREAL - A gente brinca com isso.

CISNE - Do dia 28 de dezembro ao dia 6 de janeiro é o auge da temporada. Nesses dias o que acontece? Eles estão à caça, as mulheres estão à caça e a gente está no meio da... Eles precisam da gente... A gente é uma águia. A gente não é mal educado...

COROA BOREAL - A gente não cobra do cliente, a gente não cobra nada. A gente brinca com ele “Se der, você vai me pagar cinquenta pilas!”. É uma aposta, uma brincadeira...

CISNE - E eles ficam felizes. Eles dão mais, na verdade. Eles estão felizes, se a gente arrumar mulher, eles dão quinhentos, “Nossa, obrigado!”. Imagina eles conseguirem... Porque as mulheres mais bonitas do Brasil elas estão aqui.

COROA BOREAL - Em qualquer outro lugar é “Nossa que mulher linda!”. Ele sai com uma mulher bonita dessas, ele tira foto, conta para todo o mundo! Então o dinheiro para ele não é problema, o problema é arrumar aquela mulher! A gente faz esse meio de campo.

CISNE - Nem que, se ele não ficar com ela, mas se ela ficar no camarote dele e dançar e beber champanhe com ele, para ele já é o auge! O que eles querem aqui no Turquesa aqui status... Status.

COROA BOREAL - Porque aparece num lugar desses. Ostentação. Então quando mais mulher e mais champanhe tiver no camarote...

CISNE - Mais bonito eles são.

COROA BOREAL - Mais bonito eles são! Perante as outras pessoas, na verdade querem chamar atenção dos outros.

CISNE - Homem...

COROA BOREAL - Dos outros homens! Eles se conhecem! Na verdade eles saem na mesma festa em São Paulo, eles já se conhecem de lá. No camarote ele vai jogar champanhe no outro... Então aqui no Turquesa não acontece muito, mas até outras baladas que é um pouco maior, que é Pacha, que eles apostam quem gastam mais dinheiro, não é? Quem gasta mais dinheiro na festa.

(P) Como vocês vêm a mulher nessa situação?

CISNE - Seria um enfeite.

COROA BOREAL - Na verdade ela não é um produto, elas são bem resolvidas... Elas têm dinheiro também.

CISNE - Tem, tem! Tem as que não têm, que são as de programa.

COROA BOREAL - Não?!

CISNE - É expert assim, de saber que é garota de programa.

COROA BOREAL - Elas falam para a gente.

CISNE - As garotas que têm dinheiro, eles já vêm... ela chega só entre elas, mulheres, elas estão bem arrumadas, e elas pedem um camarote para elas, entendeu? Elas não falam assim "Me bota num camarote de alguém...". Elas têm dinheiro para fechar o camarote se elas quiserem, entendeu? Depois acabam se misturando também, porque elas também tomam champanhe, também vêm para se divertir... (...) Eu não tenho preconceito com garota de programa na verdade.

COROA BOREAL - É uma qualidade delas, elas ajudam a gente para caramba, elas fazem o cliente gastar, a gente precisa ganhar dinheiro.

CISNE - Elas ganham comissão. Um homem não consegue beber dez champanhes.

COROA BOREAL - Mulher consegue beber 15 champanhes.

CISNE - O homem consegue beber vodka, quando ele vem só com homem ele bebe vodka.

COROA BOREAL - Eles bebem champanhe quando vêm com mulher... Vodka ele fica bêbado com um litro de vodka, só te incomoda.

CISNE - E as meninas de programa que vêm aqui não é nenhuma menina vulgar.

COROA BOREAL - Não, elas são lindas.

CISNE - Top, e só as mais bonitas, as mais lindas.

COROA BOREAL - Também sabem falar.

CISNE - São educadas, e elas não fazem... Elas não vêm cobrar programa deles, elas vêm para festa, elas sabem que o desenvolvimento vai ser natural, entendeu?

COROA BOREAL - E o mais legal do mundo. Todo mundo... ele sai com uma menina bacana... Que às vezes é até do programa.

CISNE - Tira do programa, a gente ganha dinheiro, a casa ganha dinheiro, eles saem felizes e as meninhas deles. Então pronto! Todo mundo sai muito feliz, é assim. No outro ano eles estão aqui correndo atrás da gente: "Cadê aquela galega?" (Cisne e Coroa Boreal)

Os troféus não vêm somente sob a forma de anjos e de cupidos, mas incorporam-se sob a soma dos capitais ao alcance dos garçons, como a rede de contatos que se estabelecem com a própria relação do trabalho servil, em que permanece subentendida uma relação de troca, segundo Lagartixa expõe:

Aqui tem balada, e aí eu me divirto, tem som, às vezes dá uma correria, mas eu gosto, que a correria me faz passar o tempo voando, e tipo, para mim não é estressante porque eu estava na faculdade ainda, tranquei a faculdade e fui ficar dois anos fora com um navio de cruzeiro, então é uma pauleira medonha! Lá sim, eu senti e eu vi uma galera desistir, e eu não desisti, entendeu? Então depois daquilo o que vier para mim é lucro, eu tiro de letra, que lá parecia o exército, dezesseis horas de trabalho, quase que escravo, assim. Mas também foi bom, que eu conheci vários países, aperfeiçoei o inglês, italiano também. (...) Eu adoro ficar ali embaixo do guarda sol, na praia, em vez de ficar dentro de um escritório trancado, escutando música, e aqui eu conheço muita gente. (...) Um network para mim, é ótimo, tem cliente que me liga, está vindo para cá, ”Me segura um lugar na praia que eu estou chegando!“. Me conhece do ano passado, já me liga, “Pode deixar, eu te seguro um lugar!”, e aí ele sabe, cliente fiel, me dá trezentos reais, e ainda fecha a conta depois. “Amanhã eu vou voltar de novo!”, beleza. Que a gente ganha muito dinheiro, então às vezes um dia aqui eu tiro o salário de uma pessoa no mês. (...) Até fiz amizade com uns caras de Brasília . Eles trazem um cooler gigante, tudo grande, forte, aí fiz amizade, conversei, trazia até gelo para eles, “Só leva para lá, deixa escondido senão vai me dar até problema!”. Aí pegaram meu número, os caras, eu não dava nada por eles, os caras tudo da Polícia Federal, tudo gurizão! “O dia que tu for para Brasília meu número é esse, pode deixar com a gente”, aí eu fiz muita amizade. Fiz com esses de Brasília, um outro senhor... um rapaz careca que sentava ali, veio o primeiro dia, a gente conversou, botei ele ali, e todo dia ele me dava cinquenta reais, depois aumentou e ele me dava sempre cem, e vinha uma turma e ele ficava a tarde toda ali, então para mim foi ótimo, entendeu? (...) Mas eu acho que, mesmo se eu ganhasse muito dinheiro, eu não faria isso. Que eu sou uma pessoa com os pés no chão, mesmo porque eu acho que esse dinheiro vem muito fácil para eles, então eles torram fácil, entendeu? Então mesmo se eu ganhasse muito dinheiro eu não ia torrar em bebidas, eu

não bebo tanto, sei lá, ia doar para uma instituição de caridade uma parte. Claro que ia, porque não sei para que ter tanto. Mas tem que saber servir, saber colocar, fazer um setup de mesa, colocar a mesa à francesa, entendeu? As três facas, os três garfos, colher, o garfinho pequeno, montar tudo, saber montar uma mesa, atender, servir pela direita e tirar pela esquerda, isso falta, o pessoal não sabe, entendeu? Peguei na prática. No navio. Foi a minha primeira viagem, e ali eu tinha uma base de inglês, e lá era tudo em inglês, aperfeiçoei mais, e hoje Florianópolis está carente disso, ainda mais sendo um local turístico. Teve dois italianos aí, aí eu troquei ideia em italiano e em inglês com eles, aí a gente estava conversando e ele falou assim, "Eu estou impressionado, tu fala inglês, fala italiano, isso é ótimo!", mas eu senti uma carência muito grande aqui no Brasil que muito pouca gente fala inglês, e aí eu comentei, "Pois é, e como que o pessoal vai receber uma Copa do Mundo?". Tem pouca mão de obra qualificada, entendeu? Eu acho que quem tiver o domínio disso vai se dar bem, vai pegar alguns trabalhos bons, então, assim, eu também estou me focando mais nisso. Na época da Copa, quero dar uma parada com cinema e ver alguma outra coisa para poder focar nisso e ganhar um bom dinheiro também. (Lagartixa)

Capítulo 6

AS TRÊS HIPÓTESES

Nossa pesquisa formulou *três hipóteses* a partir do trabalho de campo, interdependentes em suas causas e efeitos, a que chamamos na ordem a seguir:

1 - a MacDonaltização da Distinção e o Teocentrismo deslocado

2- a Traição das tradições

3 – e Desejo X Invisibilidade.

Estas três hipóteses mobilizam categorias que influenciam e/ou determinam os contextos e as disposições nos espaços sociais do campo de trabalho e socioeconômico jurereriano. Estas categorias funcionam de modo interdependente, relacionando-se de modo dialético e/ou agindo diretamente umas sobre as outras, mas como nossa dissertação tem que selecionar nestas hipóteses as mais emergentes citamos apenas algumas categorias, a saber:

- Trabalho;
- Classes sociais;
- Sistemas de produção;
- Cultura;
- Tradição;
- Campo religioso;

Na hipótese 1(a *MacDonaltização da Distinção e o Teocentrismo deslocado*) conjugamos dois eventos aparentemente desassociados mas que segundo Weber (SELL, 2010) podem interagir e logo resultar em campos de ação sociais estreitamente interdependentes. O campo de ação social racional com relação à fins (aqui relativo à produtividade e aos objetivos econômicos) dirige-se ao evento da MacDonaltização da distinção nos beach clubs mundiais, e não somente jurererianos – porque os investimentos e estímulos do capitalismo financeiro aliado às campanhas neoliberais do mercado capitalista garantem a abertura das fronteiras e logo de suas tecnologias, sistemas e procedimentos de produção e de suas mercadorias,

tornando massiva uma experiência que a priori deveria ser de caráter especial e exclusivo, distinto e distintivo.

Por outro lado, para comportar tal demanda de produção e de consumo globais que são tão diferentes das experiências tradicionais da praia de Jurerê, a ação social racional com relação a valores impõe-se com força e solidez e se evidencia principalmente pelo fato de que, dos quatro beach clubs pesquisados no território jurererianos, dos quatro gerentes **dois gerentes-mâitres** (na ausência de formação de curso superior e/ou técnico profissionalizante nas áreas de Hotelaria ou afins) *utilizam os princípios religiosos transmitidos semanalmente em suas Igrejas Católicas da região para administrar seus subordinados e os seus serviços nos beach clubs*. Isto significa que os princípios religiosos oriundo do campo da região se ajustam e/ou são aceitáveis as precondições administrativas e conformam, sustentam e estabelecem as fundamentações normativas e valorativas com que estes dois gerentes-mâitres possam administrar e orientar as condutas e os princípios éticos de seus subordinados diretos em seu trabalho cotidiano. Estes princípios religiosos aplicados e recriados nas condutas no campo de trabalho jurereriano subsidiam as condições específicas do estabelecimento de um *habitus* profissional no campo sociocultural e econômico dos garçons – mas um conjunto de configurações peculiares, pensadas relacionalmente às disposições das condições práticas de trabalho.

Em comum às três hipóteses estão as disposições de forças mobilizadas nas lutas do campo, refletidas nas relações de trabalho. E embora as três hipóteses nada apresentem de novidade temática, as problematizações e os respectivos conceitos produtores de debates e de pesquisa das duas últimas – a *Traição das Tradições*, e *Desejo X Invisibilidade* – referem-se diretamente às abordagens de Elias em *A sociedade de Corte* e Bourdieu em *O Desencantamento do Mundo*, obras que analisam circunstâncias em que as formas de socialização, os modos econômicos de produção, participação e de representação social são questionados.

Bourdieu (1979) explora ao máximo a conjugação da etnografia antropológica com as referências, conceitos e perspectivas de análise sociológicas e políticas quando investiga os impactos da transformação da estrutura socioeconômica de uma sociedade pré-moderna para uma sociedade moderna capitalista – e esta transição ocorria em seus meios de produção, nos recursos e nas técnicas de trabalho que antes em Cabila (território argeliano investigado) eram diretamente vinculados às disposições dos costumes, crenças, práticas e rituais dos camponeses,

trabalhadores que tinham na cultura social herdada a produção de um trabalho vivo com o cultivo da terra e de acordo com seus períodos cronológicos. Em essência, a cultura herdada fornecia todo o material e as práticas de seu laboro, suas normatizações tradicionais e dispunha de suas próprias condições de existência, com sentidos e significações. Nesta pesquisa sobre as alterações do *habitus* socioprofissional dos trabalhadores argelinos, Bourdieu revisita as heranças e capitais imateriais antes empregados no seu estilo de vida pré-moderno para encontrar também a traição das tradições – traição das tradições econômicas capitalistas. Fundamentados nesta premissa, na segunda hipótese, a *Traição das tradições*, constatamos um movimento político, filosófico e econômico descontínuo, e o confronto constante da tradição da ética do trabalho ocidental com as tradições culturais e de laboro dos nativos ilhéus florianopolitanos, sem citarmos o movimento econômico local instável no mundo do trabalho, cujo modo e dinâmica são sazonais.

Herança do capitalismo financeiro, o capitalismo moderno que se cristaliza em Jurerê Internacional aponta para as mesmas características gerais do seu mecanismo de funcionamento global: valoração exclusiva aos cálculos especulativos; operações financeiras entre instituições bancárias e grandes empresas; viabilização de capital fictício; e o mais determinante no caso de nossa pesquisa: não possui qualquer vínculo nem nenhuma relação direta com o mundo do trabalho, do trabalhador ou com os sistemas de produção de bens de consumo. Resultado da longa sucessão de contradições do campo ideológico capitalista, a *traição das tradições* evidencia o caráter purgativo das promessas e crenças públicas no capitalismo, jamais cumpridas. No campo social, a *traição das tradições* reflete-se no confronto entre a ética do trabalho de tradição cultural local e as possibilidades do lucro privado nos *beach clubs*, e que no caso dos garçons situa-se muito especialmente em suas relações não só com a produção, mas com as gorjetas.

Ao abordar os modos de socialização possíveis oriundos das relações entre os nobres e servos, Elias (2001) expõe a disposição de uma estratégia social calculada utilizada por toda a alta hierarquia dos membros da corte francesa, a que chama de *racionalidade de corte*, baseada em uma relação de troca simbólica prática, em que os servos prestam favores aos nobres para obter visibilidade (reconhecimento), dependência (necessidade dos favores especiais) e prestígios concedidos pela corte do Rei Sol (Luiz XIV). Instauramos um paralelo entre o conceito da *racionalidade de corte* com outra hipótese que o campo nos forneceu, *Desejo X Invisibilidade*, que expõe as lutas no campo pela visibilidade e a busca de privilégios, lutas

travadas cotidiana e sutilmente pelos garçons dos *beach clubs* de Jurerê Internacional. No prisma sociológico, desta hipótese precede a predisposição voluntária do agente sobre a ação racional interessada, porque, a exemplo do que acontece na *racionalidade de corte*, o que observamos é o ato (estratégia) previsto e calculado do agente (garçom) de realizar estes favores, de fazer cumprir com os desejos do seu nobre cliente para conquistar o seu reconhecimento, ascender um degrau na visibilidade deste espaço do campo social – e de trabalho – e, a partir dessa nova ocupação na posição do espaço social, conquistar os benefícios pessoais estendidos ao campo de trabalho.

Já a primeira hipótese, como explicamos acima, conjuga dois fenômenos distintos: a *MacDonaltização da distinção* e o *Teocentrismo deslocado*. Aqui buscamos articular dois aspectos do objeto de estudo aparentemente diferentes e em oposição, mas que em campo se ajustam e agem relacionalmente e com uma dinâmica interdependente de forças. A onipresença dominante do campo religioso é estimulada igualmente por uma relação de forças em luta de dois campos distintos: o campo econômico e o campo do trabalho. Parte de uma estrutura objetiva construída histórica e socialmente, esta hipótese conjura sistemas simbólicos, modos econômicos e capitais imateriais quase que de modo dissociativo, não fosse a série de eventos e registros que demonstram o contrário. O mais interessante nesta hipótese são as possibilidades teórico empíricas da sociologia política, e os desdobramentos que favorecem uma série de processos e de revisões legítimas da disciplina, como veremos a seguir.

6.1 A MacDonaltização da distinção e o teocentrismo deslocado: uma imbricagem de almas no chão da fábrica à beira mar

A hipótese da *MacDonaltização da distinção* foi formulada durante as entrevistas em campo, e podemos sintetizá-la no consumo e na produção em massa de produtos que tradicionalmente estariam dispostos de modo exclusivo à classe dominante, pelo seu alto valor de custo, seus procedimentos de tradição elitista, cuja significação está associada ao estabelecimento de modos de governo de corte e/ou de impérios mundiais, e pelos materiais raros, peculiares e exóticos necessários a sua produção. A segunda parte da hipótese, o *Teocentrismo deslocado*, dirige-se ao poder de

concentração da ação do campo religioso, estabelecido com o forte ideário do simbolismo católico, e que produz a conformação de um visível *habitus* religioso. Estrutura mental objetivada, instrumento de dominação oriundo das próprias lutas do campo religioso, o pensamento católico impregna, de forma onipresencial, a estrutura objetiva do campo de trabalho dos *beach clubs* e do seu contexto econômico que, já naturalizado e incorporado no *habitus* de classe dos trabalhadores entrevistados de Jurerê Internacional, é perceptível no campo, espalhado em toda a estrutura hierárquica de cada beach club visitado, refletido nas ações e falas recriadas no cotidiano (em que os garçons recitam nas entrevistas os ditados e provérbios religiosos), e nas condutas orientadas por princípios normativos e valorativos católicos.

Como já indicamos ao longo da dissertação, foi possível identificarmos a principal motivação à formulação desta hipótese devido a evidência da força do campo religioso sobre os agentes no campo de trabalho jurereriano. Tal força e ação foram expostas com o fato de que, dos quatro beach clubs pesquisados, ou seja, dos quatro gerentes que entrevistamos e que orientam e administram os serviços e os procedimentos internos e externos dos beach clubs, **dois gerentes-mâitres** (Pegaso e Cassiopéia) reproduzem os mesmos critérios e *princípios religiosos transmitidos semanalmente em suas Igrejas Católicas da região para administrar seus subordinados e os seus serviços nos beach clubs* – observando-se que ambos não possuem formação superior e/ou técnico profissionalizante nas áreas de Hotelaria ou afins.

É possível compreendermos de fato que os princípios religiosos oriundos do campo social e de suas tradições católicas se ajustam e/ou são estão de acordo com as condições administrativas desejadas e impostas pelos proprietários destes beach clubs, e que as mesmas conformam, sustentam e estabelecem as fundamentações normativas e valorativas com que estes dois gerentes-mâitres administram e orientam as práticas, as condutas e os princípios éticos de seus subordinados diretos no cotidiano do campo de trabalho jurereriano.

Mesmo em uma visão simplificadora, o teocentrismo deslocado talvez pudesse ser explicado ao cotejar tão de perto todos os possíveis prazeres da carne, como os corpos *seminus* que levitam graciosamente, adoçados pelo álcool “da melhor qualidade”, a música ambiente que aproxima os corpos que dançam na areia e na água, o corpo faminto, o cheiro da comida, etc. - todos os instintos e sentidos estão despertos e ativos, toda a carne e matéria levam a uma tensão absoluta e só Deus desvia as tentações e os “maus pensamentos”, porque tal sedução pode produzir um prazer tão grande que venceria a rigidez necessária e a disciplina

castradora dos instintos, estado primordial do ato de laboro que exige renúncias, concentração, esforço e objetividade. Assim podemos entender a urgência da evocação de Deus e da filosofia cristã no campo. O contexto econômico e as condições normativas e materiais de trabalho justificam sua urgente e constante onipresença e elevam esse teocentrismo deslocado ao seu estado de complexidade – porque corresponde a uma substituição agenciada pelos trabalhadores.

Fundada na promessa da prosperidade para o além do momento vivido que enleva-se através da figura infinita do céu, através da busca submissa e passiva do “paraíso” na terra, sua fé é a luta no campo contra a impotência de sua disposição no espaço social e econômico, como agente trabalhador, e trabalhador servil, duplamente subordinado no espaço social e econômico. Sua fé – sua luta simbólica religiosa no campo – materializa-se na evocação de provérbios e ditados religiosos popularizados pelas missas católicas tradicionais e cultivadas na região de Florianópolis. Recitados cotidianos e diariamente, em voz alta, os ditados e provérbios constituíram partes importantes das entrevistas, pois eram usados para explicar fenômenos, justificar destinos (geralmente, causas e efeitos lógicos), fundamentar atitudes e contextos. Assim, os ditados e provérbios religiosos saltavam como pipocas na panela, debatendo-se com todas as forças simbólicas religiosas contra todas as pressões do campo econômico e social.

Ato substitutivo, os agentes sequestram Deus da periferia em que fora colocado pelo antropocentrismo iluminista; o inserem de volta ao centro discursivo das questões, reposicionando o contexto econômico, antes central, à periferia, e identificando-o como um sinal de azar, parte do destino, culpa arraigada em suas próprias más e tardias escolhas – mas estas más escolhas e todo o resto, como a miséria salarial e a instabilidade de emprego, como o passar fome ao trabalhar com comida, como o estacionar carro importado e ter que viajar de pé num ônibus lotado – tudo isso é passível de superação pela fé e pela disciplina só encontradas com a submissão ao ser superior e ao patronato. Ato substitutivo, de substituição à insurreição e à incapacidade de agenciamento à própria intolerância aos sistemas simbólicos da dominação econômica, as ações cotidianas adquiriam assim a dependência do caráter intervencionista religioso no mundo do trabalho.

O caráter da ação determinante do campo religioso e logo da intervenção religiosa – a disposição do ato da boa fé sobre a estrutura objetiva (socialmente construída) é na verdade a disposição de uma estrutura mental historicamente constituída e reificada pela tradição local.

De qualquer forma, o caráter intervencionista religioso não se apresenta no campo como discurso simbólico ou práticas contraditórias; pelo contrário, é uma alusão aos estímulos da classe dominante, que eleva a ordem religiosa à posição máxima aliada à sua no espaço social. Como tal, a ação intervencionista das igrejas apresenta no campo a disposição de um múltiplo centro funcional: tem a função de salvação, a função de proteção às almas trabalhadoras do lugar, a função de guardá-las umas das outras, etc. A presença das menções religiosas nos discursos cotidianos, na maior parte das entrevistas e nos diálogos entre os entrevistados durante a pesquisa, expôs a dimensão da disseminação desse evento, como também os centros de sua forte necessidade e o grande interesse coletivo voltado a sua disposição – não só para a crença absoluta na superação, através da fé, das más condições do campo e das frágeis relações de trabalho, mas porque tal fé (a luta simbólica no campo religioso) consegue reunir e assegurar tantas funções essenciais como salvar, proteger, guardar, manter, conquistar, superar.

Esta disposição conforma e potencializa a submissão da classe trabalhadora jurereriana, que vai desde o campo econômico e das relações de trabalho à onipresença de uma ordem superior fora do alcance e do controle dos agentes. Na amostra de entrevistas, do total do número de entrevistados, dois agentes que ocupam na hierarquia de dois *bech clubs* distintos uma posição de liderança (são dois *mâitres* e gerentes) revelaram que não eram formados em cursos universitários nem técnico-profissionalizantes para serem administradores. Na verdade, os fundamentos valorativos e normativos, éticos e morais que estes dois *mâitres* seguem e todo o tipo de instrução com orientação ética e moral com as quais orientam e condicionam o campo de trabalho jurereriano e logo o trabalho servil cotidiano dos *garçons* e todos os outros empregados, são fundamentos oriundos e baseados nos discursos e histórias religiosas que eles assistem em suas distintas igrejas; ambos mantêm o compromisso de ir à missa de suas igrejas cristãs todos os domingos sem falta.

Nada paradoxal, tal disposição do discurso e da prática religiosa no campo de trabalho jurereriano, que favorece a condição para a submissão quase religiosa dos empregados dos *beach clubs*, já se encontrava presente de modo teleológico no *ethos* do trabalho servil – que corresponde à servidão às vontades, aos desejos e aos destinos (finalidades) do outro, entidade dominante, ser superior:

A submissão a certos fins, significações ou interesses transcendentais, quer dizer, superiores e exteriores aos interesses individuais, raramente é efeito de uma imposição imperativa e de uma submissão consciente. É assim, porque

os fins ditos objetivos, que só se revelam no melhor dos casos tarde demais e do exterior, nunca são apreendidos e postos como tais de imediato, na própria prática, por nenhum dos agentes, nem mesmo pelos mais interessados (...) - quer dizer, os agentes dominantes. A subordinação do conjunto das práticas a uma mesma intenção objetiva, espécie de orquestração sem maestro, só se realiza mediante a concordância que se instaura, como por fora e para além dos agentes, entre o que estes são e o que fazem, entre a sua “vocação” subjetiva (aquilo para que se sentem “feitos”) e a sua “missão” objetiva (aquilo que deles se espera), entre o que a história fez deles e o que ela lhes pede para fazer, concordância essa que pode exprimir-se no sentimento de estar bem “no seu lugar”, de fazer o que se tem que fazer, e de o fazer com gosto – no sentido objetivo e subjetivo – ou na convicção resignada de não poder fazer outra coisa (...). (Bourdieu, 2010, p. 86, 87).

O primeiro fenômeno (a *MacDonaltização da distinção*) tem origem muito demarcada em Jurerê Internacional a partir da primeira década do período pós-Real, quando as evidências de crescimento econômico foram constatadas em comparação com períodos econômicos anteriores. A estabilização econômica assegurou à classe trabalhadora brasileira um maior poder de consumo, o que viria a provocar, na década seguinte (a partir de 2006, sobretudo) uma expansão do mercado turístico. Do ponto de vista formal, ***aqui começa a imbricagem das almas e dos fenômenos – a MacDonaltização da distinção combinada ao teocentrismo deslocado***: no mesmo período, o mercado turístico mundial (e a globalização financeira) recebem as bênçãos da Santíssima Igreja Católica Apostólica Romana e do Estado do Vaticano com o aval teleológico do Papa de então (João Paulo II, 2004) – aval publicado com a *Mensagem do Papa João Paulo II Para o Dia Mundial do Turismo 200*, em que se lê:

Na circunstância do próximo Dia Mundial do Turismo, que se celebrará no dia 27 do próximo mês de Setembro, é-me grato dirigir-me a todas as pessoas que exercem o seu trabalho neste sector da atividade humana (...); (...) ele contribui para incrementar o relacionamento entre pessoas e povos que, quando é cordial, respeitoso e solidário, constitui como que uma porta aberta para a paz e a convivência. Com efeito, muitas das situações de violência, pelas quais a humanidade está a passar nos nossos dias, encontram a sua raiz na incompreensão e inclusivamente na rejeição dos valores e da identidade das culturas diversas. (...) Neste

contexto, penso também nos milhões de emigrantes, que devem participar na sociedade que os recebe, fundamentando-se sobretudo no apreço e no reconhecimento da identidade de cada pessoa ou grupo. (...) A este propósito, a Igreja não pode deixar de reiterar uma vez mais o núcleo da sua visão do homem e da história. Com efeito, o princípio supremo que deve reger a convivência humana é o respeito pela dignidade de cada indivíduo, criado à imagem de Deus e, por conseguinte, irmão de todos os outros. Este princípio deveria orientar toda a atividade política e econômica, como se desejou ressaltar na Doutrina Social da Igreja, e inspirar também a convivência cultural e religiosa.²⁵

Há uma *imbricagem entre os campos religioso e econômico*, e mais especificamente *da religião dominante, do mercado turístico mundial e da economia global*, integrados por um estímulo formal e imaterial, e com a justificação ética, religiosa e moral necessária para capitalizar aspectos valorativos e produtivos das distintas culturas globais, prevendo ainda uma boa renda (a aproximação dos povos, ou seja, a possibilidade tão sonhada da paz mundial) e o lucro (a acumulação de riquezas materiais e imateriais entre civilizações – e as suas elites).

A classe trabalhadora, católica²⁶, em sua maioria e com grande potencial de consumo ainda em elevação, agora passava a crescer (com seus fiéis religiosos estimados em 124 milhões de adeptos – ou seja, 65% da população brasileira e ocupando nada menos que a primeira posição entre todas de acordo com a pesquisa do IBGE). Nada paradoxal, a salvação e o reino dos céus aos imortais há muito importa, e sendo assim a possibilidade da satisfação e do prazer constantes ou melhor, a possibilidade do não

²⁵ Apenas dois anos antes da carta de João Paulo II, no primeiro governo de Luiz Inácio Lula da Silva, fora criado no Brasil o Ministério de Turismo com uma proposta de descentralização e regionalização do setor, em que: “A concepção de “regiões turísticas” é utilizada, no âmbito do Programa, como base de planejamento e ordenamento da oferta, a partir do tripé: gestão coordenada; planejamento integrado e participativo e promoção e apoio à comercialização. (...) Nos últimos sete anos, o turismo no Brasil ganhou uma nova configuração. Em 2003 era criado o Ministério do Turismo, fortalecendo o segmento no País e, mais que isso, priorizando a atividade turística como uma das importantes políticas públicas de desenvolvimento social e econômico” (Ministério do Turismo, 2004, pp. 7- 41). Jurerê Internacional (fundada em 1985) já existia sem o incentivo federal aos programas estaduais e municipais de formação e de qualificação de mão de obra para o setor, e voltados ao fortalecimento da regionalização turística; os beach clubs, de diferentes proprietários, foram lançados em diferentes anos (alguns operando desde 2007 no local).

²⁶ IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Censo Demográfico 2010: Características gerais da população, religião e pessoas com deficiência*

sofrimento (sofrimento este que oculta verdades fundadas no senso prático das classes dominantes) passa a ser, na contemporaneidade, um dos principais atrativos a serem conquistados pela humanidade. Nesse ponto, a Igreja Católica Apostólica Romana, pela carta do Papa João Paulo II, se antecipa à salvação das almas nativas e estrangeiras, e antecede a proteção espiritual aos fiéis que estariam submetidos os prazeres da carne (e da mente), ao visitar e consumir produtos (e valores materiais e espirituais) dos espaços estrangeiros e de suas culturas pagãs e/ou profanas.

Desnecessário afirmar a imprescindibilidade de estudarmos o possível *elo* entre o capital religioso e seu campo de abrangência global, cujas dimensões e consequências não iremos vislumbrar mais profundamente nesta pesquisa. No entanto, devemos aqui identificar um dos seus efeitos de ação, como capital religioso impessoal (no sentido da produção de um capital imaterial) e como estrutura mental, estrutura estruturante que se impõe sob o discurso religioso, que condiz com a prática de uma submissão muito similar à submissão religiosa que observamos nas missas, mas aplicadas no próprio campo de trabalho, e que aqui chamamos de *teocentrismo deslocado*.

Este fenômeno, que tira os interesses da lógica do mercado capitalista do centro dos problemas socioeconômicos e profissionais dos garçons, para colocar Deus em seu lugar (mesmo este permanecendo oculto), e que transfere à Sua onipresença imaterial o poder sobre a direção e o controle das condições de trabalho presentes e futuras, e logo do destino material dos agentes, também empurra a Deus a responsabilidade de influir política e economicamente sobre seus próprios patrões e empregadores. Esta ação empírica ocorre na invocação, sempre tímida e meio que segregada, mas constante, da presença de Deus, quando os garçons recitam seus ditados e provérbios religiosos, tornando corpórea e presente a força de uma ação espiritual. Como parte constitutiva das lutas de um campo e entre campos (o religioso sobre o de trabalho), sabemos que esta força e ação detém uma classe de *habitus*, que pode potencializar todo um *habitus* de classe aos garçons. E que o *habitus* desta categoria tem o poder da disposição e de inculcação de crenças, normas e condutas, pois ele propagase nos espaços dos *beach clubs* com as relações cotidianas de trabalho, e dá forma, voz e disseminação a esse estado de espírito evocado, poder simbólico discursivo de uma crença e de seus objetivos subjugados. Este fenômeno expõe a confluência do campo religioso (cf. BOURDIEU, 2010, p. 107-132) e do “espírito” do capitalismo (cf. WEBER, 2005), que, sobre os agentes trabalhadores dos *beach clubs* de Jurerê Internacional, parecem pender para um mesmo ponto: a mais-valia espiritual, dentro da exploração de mão de obra local.

Nesse sentido, a demanda de produção e consumo em massa – que constitui o próprio fenômeno da *MacDonaltização da distinção* – detém características muito especiais, como a eliminação do trabalho humano e a redução de tempos específicos – fatos que identificamos no Capítulo 3 (O Contexto e as Disposições no campo). Na fala de Cocheiro que recortamos abaixo, ele depõe sobre o “tempo suficiente” (cronometrado e com trabalho repetitivo e quase mecânico) que os cozinheiros e auxiliares de cozinha dispõem para produzir um prato no *beach club*, Segundo Cocheiro explica, a dinâmica do mercado de *fast food* também se reproduz nos *beach clubs*.

(...) Geralmente eles pedem mais frutos do mar, como nós estamos de frente para praia então a nossa comida na nossa especialidade é mais frutos do mar, ou seja, é tudo feito com o seu tempo certo e mandando na hora certa. Vem a comanda, o garçom vai lá e manda a comanda, a comanda vai para a cozinha e nós temos esse tempo certinho para poder mandar, não podemos passar mais do que vinte minutos, porque é o que a gente fala, não adianta a gente fazer tudo correndo com pressa que não vai resolver nada. A gente tem que fazer com calma e perfeito. Em vinte minutos. Ou seja, a casa está cheia, nós temos os funcionários para poder cumprir esses vinte minutos. É uma arte (...). É cronometrado, é muito corrido, é uma função que requer muita atenção e requer muitos funcionários adequados, funcionários qualificados para trabalhar nessa área. (Cocheiro)

Nesse sentido, o fenômeno da *Macdonaltização da distinção* concentra-se nas mudanças de tempo e disciplina de trabalho investigadas histórica e documentalmente por Thompson (1998), em análises que corroboram a transformação destes tempos de trabalho e de modos de trabalho de uma sociedade pré-moderna para a sociedade capitalista moderna. Ao deliberar sobre os modos de trabalho pré-moderno, Thompson identifica que

Sem duvida, esse descaso pelo tempo do relógio só e possível numa comunidade de pequenos agricultores e pescadores, cuja estrutura de mercado e administrar é mínima, e na qual as tarefas diárias (que podem variar da pesca ao plantio, construção de casas, remendo das redes, feitaura dos telhados, (...) parecem se desenrolar pela lógica da necessidade, (...) É óbvio que os caçadores devem aproveitar certas horas da noite para colocar as suas armadilhas. Os pescadores e os navegantes devem integrar as suas vidas com as mares. Em

1800, uma petição de Sunderland inclui as seguintes palavras: "considerando que este é um porto marítimo em que muitas pessoas são obrigadas a ficar acordadas durante toda a noite para cuidar das mares e de suas atividades no rio" A expressão operacional é "cuidar das mares": a padronização do tempo social no porto marítimo observa os ritmos do mar; e isso parece natural e compreensível para os pescadores ou navegadores: a compulsão é a própria natureza. Da mesma forma, o trabalho do amanhecer até o crepúsculo pode parecer "natural" numa comunidade de agricultores, especialmente nos meses da colheita: a natureza exige que o grão seja colhido antes que comecem as tempestades. E observamos ritmos de trabalho "naturais" semelhantes acompanhando outras ocupações rurais ou industriais: deve-se cuidar das ovelhas na época do parto e protege-las dos predadores; (...). A notação dos tempos que surge nesses contextos tem sido descrita como orientação pelas tarefas. (...) É possível propor três questões sobre a orientação pelas tarefas. Primeiro porque há a interpretação de que é o mais humanamente compreensível do que o trabalho de horário marcado. O camponês ou o trabalhador parece cuidar do que é uma necessidade. Segundo, na comunidade em que a orientação pelas tarefas é comum parece haver pouca separação entre o "trabalho" e a "vida". As relações sociais e o trabalho são misturados – o dia de trabalho se prolonga ou se contrai segundo a tarefa e não há grande senso de conflito entre o trabalho e "passar o dia". Terceiro, aos homens acostumados com o trabalho marcado pelo relógio, essa atitude perante o trabalho parece perdulário e carente de urgência. (Thompson, 1998, pp. 271, 272).

Thompson acentua a relevância indispensável que a invenção do relógio abrange não só no aspecto social e administrativo, mas como objeto de orientação a toda uma normatização disciplinar de tempo de trabalho sistemático e político-produtivo – um aparelho que normatizava e condicionava o tempo e os modos de trabalho às exigências da sociedade industrial, marca da sociedade moderna capitalista, em que "*a medida em que a manufatura continuava a ser exigida em escala doméstica ou na pequena oficina sem subdivisão complexa dos processos, o grau de sincronização exigido era pequeno, e a orientação pelas tarefas ainda prevalecia.*" (pp. 280). Thompson mostra em suas investigações que não houve de modo algum uma transformação imediata, de modo específico e estruturado, mas todo um movimento histórico-social, e político-econômico, que produziu resistências e ajustamentos de modo que

A ênfase da transição recai sobre toda a cultura: a resistência a mudança e a sua aceitação nascem de toda a cultura. Essa cultura expressa os sistemas de poder, as relações de propriedade, as instituições religiosas, etc. (...) Acima de tudo, a transição não é para o "industrialismo" tout court, mas para o capitalismo industrial ou (no século XX) para sistemas alternativos cujas características ainda são indistintas. O que estamos examinando neste ponto não são apenas mudanças na técnica de manufatura que exigem maior sincronização de trabalho e maior exatidão nas rotinas do tempo em qualquer sociedade, mas essas mudanças como são experimentadas na sociedade capitalista nascente. Estamos preocupados simultaneamente com a percepção do tempo em seu condicionamento tecnológico e como a medicação do tempo como meio da exploração da mão de obra. (Thompson, 1998, pp. 288, 289)

A pesquisa aponta para estes fatos relevantes que resultam da dinâmica atual do campo de trabalho jureriano:

- a) a eliminação do *trabalho humano* (*trabalho vivo*, na perspectiva marxista), considerado trabalho em que o agente se envolve de modo ativo e deliberado com a natureza, provocando e participando de sua transformação para proveito próprio. Aqui, elimina-se o trabalho vivo original, da cultura original local, que detém características de trabalho manual artesanal, trabalho criativo, e sem intervenção mecânica ou industrial;
- b) a redução dos *tempos específicos* que constituem de modo original uma experiência turística. Aqui predomina uma dupla redução de *tempos específicos* que ocorre de modo causal e simultâneo: a redução do tempo de produção (para produtores e trabalhadores locais) acarreta na redução do tempo de experimentação e apreciação (para os clientes e turistas que, na impossibilidade de entrar em contato com elementos originais da cultura local – como a pequena agricultura familiar, a criação de moluscos e crustáceos, a pesca diária –, não poderão produzir um novo conhecimento e logo cultivado de uma distinção gastronômica, estética, cultural e social inédita e desconhecida);
- c) a *catapulta midiática* e o *boom* da hora: esta inter-relação incentiva o fenômeno da *redução de tempos específicos – tempos de produção local e tempos de apreciação turística*. Em essência, ela visa suprir a demanda de

produção e de consumo em massa que objetiva emprestar a experiência da distinção desde o consumo de produtos das “pessoas distintas” até seu próprio ajustamento comportamental, em uma mimese por idolatria aos célebres agentes. A experiência da distinção, por sua vez, deve-se à sua própria divulgação, a seu agenciamento e promoção por parte dos meios de comunicação de massa e pelas redes sociais que operam em um nível global. O *boom* da contemporaneidade está no poder da oferta (e da experimentação) de uma mesma coisa (o mesmo produto): tudo aquilo que se oferece e se consome em *beach clubs* de Saint Tropez ou de Ibiza, por exemplo, pode ser consumido e/ou experimentado em uma pequena ilha brasileira do sul do Atlântico. O que ocorre é uma substituição que acarreta em outra redução de experiências, pois os elementos da cultura local (original) são substituídos por *elementos de consumo distintivos globais*. Restará pouquíssima propensão à pretensão de conhecimento sobre uma cultura em seu estado original, de seu cotidiano e de suas estratégias de sobrevivência e de resistência.

Nesse contexto, portanto, ocorrem a eliminação do trabalho vivo local; a redução de tempos específicos (cf Thompson, 1998); a substituição de elementos originais por elementos distintivos totalizantes (e cuja distinção refunda-se, de novo e limitadamente, nos gostos, preferências e estilos da classe dominante); a admissão de clientes e turistas que não produzem um novo conhecimento, nem a apreensão de uma realidade distinta e distintiva, predominando a propensão para a *negação do novo*. Ao negar aos turistas a disposição de novos conhecimentos culturais, substitui-se toda uma *tradição social, política, econômica e religiosa* pela *cultura global totalizante*. Como resultado desta cadeia de eventos causais, temos a negação do processo de troca de experiências culturais (objeto teleológico essencial à cadeia do mercado turístico), experiência peculiar, distinta e distintiva, em nome de uma distinção global. Sobre isso, Bourdieu (2010)²⁷ em irá nos explicar que

As lutas a respeito da identidade étnica ou regional, quer dizer, a respeito de propriedades (estigmas ou emblemas) ligadas à origem através do lugar de origem e dos sinais duradouros que lhe são correlativos, como o sotaque, são um caso particular das lutas das classificações, lutas pelo monopólio de fazer ver e de fazer crer, de dar a conhecer e de fazer e reconhecer, de impor a definição legítima das divisões do mundo social através dos princípios de

²⁷ Cf Bourdieu (2010), **Capítulo V - A idéia de região**, pp. 107 – 132.

divisão que, quando se impõem ao conjunto do grupo, realizam o sentido e o consenso sobre o sentido e, em particular, sobre a identidade e a unidade do grupo, que fazem a realidade da unidade e da identidade do grupo. (...) A fronteira nunca é mais do que um produto de uma divisão a que se atribuirá maior ou menos fundamento na “realidade” segundo os elementos que ela reúne (...). Mas não é tudo: a “realidade”, neste caso, é social de parte a parte e as classificações mais “naturais” apoiam-se em características que nada têm de natural e que são, em grande parte, produto de uma imposição arbitrária, quer dizer, de um estado anterior da relação de forças no campo das lutas pela delimitação legítima. A fronteira (...) produz a diferença cultural do mesmo modo que é produto desta. (Bourdieu, 2010, pp. 113-115)

Em concordância com Bourdieu, verificamos que os *beach clubs* não priorizam, mas substituem os elementos da cultura local, e que as características do comportamento – cultura tornada corpo e por isso história incorporada, segundo a perspectiva bourdieusiana – não raro foram depreciadas nos depoimentos. A alta gastronomia dos *beach clubs* estava disposta em oposição à culinária local, segundo os entrevistados. Isto os levava a outra negação: a negação da existência *da relação de forças no campo local de lutas*, em que a pobreza econômica e a escassez de produtos favorecera a condição do surgimento destas práticas, a saber: a pesca diária, a criação de crustáceos e moluscos, a culinária litorânea sulista com seus pratos de pirão regados a cachaças ardentes de produção doméstica; os produtos criados pelos processos de trabalho (vivo) artesanal, como o tear, as rendas, os balaios e a confecção de objetos domésticos e ferramentas para o laboro decorrentes da colonização açoriana e de sua pequena agricultura de subsistência familiar; as grandes festas religiosas tradicionais em que as crianças e jovens representam os Santos e Anjos pelas longas procissões e nos altares, bem como as crenças pagãs e as poderosas superstições. Destas práticas participam essencialmente as heranças imateriais, ou melhor, os capitais imateriais familiares – em que podemos identificar outro tipo de negação às relações de força no campo de lutas, que diz respeito às lutas religiosas e que irão influir e forjar também a produção do teocentrismo deslocado, não associado somente ao mundo do trabalho, mas à cultura local.

Bourdieu esclarece que oposições dicotômicas como o sacro e o profano, a religião e a magia, na verdade são disposições que ocultam

relações de forças em luta no campo religioso, em que o que está em jogo é a própria legitimidade do capital cultural dominante. Bourdieu (2005) nos ajuda a entender:

O corpo de sacerdotes tem a ver diretamente com a racionalização da religião e deriva o princípio de sua legitimidade de uma teologia erigida em dogma cuja validade e perpetuação ele garante. O trabalho de exegese que lhe é imposto pelo confronto ou pelo conflito de tradições mítico-rituais diferentes, desde logo justapostas no mesmo espaço urbano, ou pela necessidade de conferir a ritos ou mitos tornados obscuros um sentido mais ajustado às normas éticas e à visão do mundo dos destinatários de sua prédica, bem como a seus valores e a seus interesses próprios de grupo letrado, tende a substituir a sistematicidade objetiva das mitologias pela coerência intencional das teologias, e até por filosofias. Por esta via prepara a transformação da analogia sincrética, fundamento do pensamento mágico-mítico, em analogia racional e consciente de seus princípios (Bourdieu, 2005, p.38).

6.2 A traição das tradições e a ponta do iceberg

Esta seção dirige-se à identificação de eventos que sofrem uma subversão, como efeito das experiências relacionais em campo, que ocorrem devido às contradições entre agentes que ocupam posições em oposição no campo cultural e no campo econômico, em Jurerê Internacional. Aqui serão abordadas estas “traições”, a partir das práticas sociais que subvertem premissas originais das tradições do campo cultural e do campo econômico.

Primeiramente, temos que compreender estes conceitos. Traição neste caso é uma das resultantes da produção da **dissimulação das lutas no campo, que permanecem encobertas pelas próprias contradição** no campo que aparecem como eventos “naturais”; esta dissimulação das lutas no campo habita nas próprias contradições do campo de trabalho, e tomam as formas contrárias àquelas desejadas e rezadas pelas tradições. A traição das tradições é a ação das contradições em suas práticas, no campo, e que podem induzir os agentes a equívocos fundamentais em suas ações políticas e econômicas, e dolos materiais e de ordens subjetivas mais profundas. Aqui, a dissimulação se encontra sob a perspectiva bourdieusiana, que é a de ocultação da relação das forças em oposição e em luta no campo, forças

mobilizadas pelos capitais dispostos pelos próprios agentes sociais em luta no campo.

Em busca de uma concepção sociopolítica do termo “tradição”, mas que comporte a sua relação com o campo econômico, encontramos em Weber (2005) uma explicação, em que a tradição aparece como um ponto de orientação às sociedades pré-capitalistas:

O homem não deseja “naturalmente” ganhar mais e mais dinheiro, mas viver simplesmente como foi acostumado a viver e ganhar o necessário para isso. Onde quer que o capitalismo moderno tenha começado sua ação de aumentar a produtividade do trabalho humano aumentando sua intensidade, tem encontrado a teimosíssima resistência desse traço orientador do trabalho pré-capitalista. (Weber, 2005, p. 24).

Já para Bourdieu (1979), a concepção de tradição, ainda segundo a perspectiva weberiana, se revela incutida sob *espírito tradicionalista*, ou seja, a tradição sob a condição de seu vínculo com os fatores trabalho, produção, finalidade e lucro, em que

(...) o capitalismo burguês, como a ética protestante, faz do trabalho uma finalidade em si, não sendo a atividade simples meio econômico, enquanto atividade de lucro, mas finalidade moral, enquanto dever imposto pela ética, ou então, ao oposto, que a finalidade última da existência não é, para o capitalista, o trabalho como finalidade em si, mas o trabalho como “meio de ganhar sempre mais dinheiro”, o imperativo fundamental sendo “o dever para o indivíduo aumentar seu capital”. (...) O que está em questão portanto é uma moral do trabalho considerado como atividade de lucro. Em outro ponto Max Weber observa justamente que aquilo que distingue as sociedades “tradicionalistas” é que o desejo do lucro máximo não constitui aí, por si, uma incitação ao trabalho. Mas, é preciso não esquecer esse fato, o trabalho como função social faz parte dos deveres tradicionais. (Bourdieu, 1979, pp. 45)

E é nesse sentido que temos que nos perguntar o porquê do uso do termo “traição” quando nos referimos às relações dos agentes com as tradições, e usamos simplesmente o termo não “dissimulação”, já que falamos das lutas entre tradições?

A traição, em sua conotação jurídica, diz respeito aos processos de violação para com o contrato social assumido previamente; ela se aplica a

todo o tipo de relacionamento humano em que se pressupõe um dano moral e ético, objetivo e/ou subjetivo, físico e/ou emocional.²⁸ O fundamento sociológico bourdieusiano (estruturalista e construtivista) permite entender a fundo as relações causais que produziram a identificação das traições que se revelaram no campo. A traição, em seu viés econômico, não ocorre somente através das práticas e normatizações tendenciosas no campo, mas principalmente através das subjetividades e intenções dos agentes, ambas retraídas em torno de um objeto único (os interesses de cada classe, a saber, classe trabalhadora, os garçons, e classe dominante, os patrões e empresários dos *beach clubs*) e um objetivo único: a dissimulação.

Salvo exceções, tal dissimulação opera no sentido de induzir ao erro para favorecer algo ou alguém; logo, ela causa prejuízos a um dos lados, pelo qual está articulada, pois só pode ser observada na relação das forças em oposição nas lutas do campo, em que a imposição da dissimulação é imprescindível porque detém um duplo viés: a dissimulação oculta as ações da classe dominante, ao mesmo tempo em que expõe o espaço específico das verdades objetivas feitas de aparência e existência inócuas, passíveis de confronto quando do seu reconhecimento na qualidade de fenômeno sutil, impregnado e objetivado.

Do mesmo modo se apresenta a economia no campo jureriano, mais especificamente a economia da classe trabalhadora situada na categoria dos garçons, que, dissimulada pela desregulação do mercado terceirizado ocupado em grande parte por profissionais autônomos, permanece à mercê dos intentos comerciais dos empresários. Essa dissimulação não se converte em diálogo produtor porque o mercado está fundado por normatizações e leis que favorecem a liberalização financeira, e logo relegam o debate público sobre as lutas do campo econômico a um lugar irrelevante no campo político, provocando o que Bourdieu (2000) nos traduz como o processo de **imersão**, também decorrente da **dissimulação da verdade objetiva da classe econômica dominante**, em que

[...] a imersão da economia no social é tal que, por legítimas que sejam as abstrações realizadas para as necessidades da análise, é preciso ter claro que o verdadeiro objeto de uma verdadeira economia das práticas não é outra coisa, em última análise, senão a economia das condições de produção e de reprodução dos agentes, e das instituições de produção e

²⁸ Tal condição de traição se instaura, por exemplo, com o dano moral, que acarreta em sofrimento ou aflição de um agente por outro(s) sem justa causa, e relega a perda pecuniária (de dinheiro, bens ou patrimônio) porque prioriza e resguarda os direitos e garantias do agente vitimado – traído –, devido ao prejuízo moral, aflição e a insegurança que lhe foram impostos. Cf *Traité de La Responsabilité Civile*, vol.II, n° 525, in Caio Mario da Silva Pereira, **Responsabilidade Civil**, Editora Forense, RJ, 1989.

de reprodução econômica, cultural e social, isto é, o próprio objeto da sociologia na sua definição mais completa e mais geral. (Bourdieu, 2000, apud RAUD, 2005, pp. 207).

Introduzimos desta feita uma traição que emerge no campo: a traição econômica à tradição cultural no território jureriano, com a imposição dos elementos e das finalidades do capitalismo contemporâneo em uma condição de dominação e quase desprezo para com os costumes e práticas de um trabalho originalmente artesanal, pré-industrial e nativo da Ilha de Santa Catarina – porque grande parte dos entrevistados demonstra uma clara relação de desqualificação para com o profissional nativo de Florianópolis.

Entre os termos coletados nas entrevistas, os mais utilizados para caracterizar os profissionais nascidos e herdeiros da cultura florianopolitana foram “preguiça”, “vagabundagem”, “desinteresse”, “burrice”, “descompromisso” e “gozação”; todos estes termos respondem à solicitação de uma descrição atributiva aos profissionais nativos, descrições que iriam servir às finalidades da pesquisa no intuito de identificar o tipo de relação produzida pelos profissionais nativos para com o campo de trabalho e com seus critérios empíricos e normativos, como a ética do trabalho, a lógica da produtividade, a acumulação de riqueza. As audições em campo comprovaram que os termos mais utilizados pelos entrevistados para caracterizar os profissionais nativos **dissimulam uma verdade objetiva dominante**, e que tem uma dupla finalidade de **desvinculação**: primeiro, uma desvinculação dos trabalhadores nativos para com aquilo que conhecemos como ética do trabalho (na perspectiva da cultura ocidental), e para com o “espírito” do capitalismo (em sua incessante luta por enriquecimento); e, segundo, uma desvinculação para com a racionalidade capitalista e a lógica da produção e do lucro, da sociedade moderna e do mercado global capitalista, que por sua vez estão sob as rédeas do capitalismo financeiro (que opera através da negociação de papéis, títulos e ações em detrimento do trabalho vivo e da produção de bens e mercadorias). Weber (2005) nos ajuda a compreender:

O homem é dominado pela geração de dinheiro, pela aquisição como propósito final da vida. A aquisição econômica não mais está subordinada ao homem como um meio para a satisfação de suas necessidades materiais (...). Ela expressa ao mesmo tempo um tipo de sentimento que está intimamente ligado com certas idéias religiosas. Se pois formularmos a pergunta por que devemos fazer dinheiro às custas dos homens, o próprio Benjamin Franklin (...), responde em sua autobiografia com uma citação da Bíblia

(...) : “Vês um homem diligente em seus afazeres? Ele estará acima dos reis”. (Provérbios 22; 29). O ganho de dinheiro na moderna ordem econômica é, desde que feito legalmente, o resultado e a expressão da virtude e da eficiência em certo caminho (...). Na verdade, essa ideia tão peculiar do dever do indivíduo em relação à carreira, (...) é o que há de mais característico na ética social da cultura capitalista e, em certo sentido constitui sua base fundamental. É uma obrigação que se supõe que o indivíduo sinta, e desato sente, em relação ao conteúdo de sua atividade profissional, não importa qual seja, particularmente se ela se manifesta como uma utilização de suas capacidades pessoais ou apenas de suas posses materiais (capital). (Weber, 2005, pp. 21,22).

Na dissimulação das lutas entre tradições (cultural e econômica), a mídia local se encarregou, nas duas últimas décadas, de criar e produzir programas que produzem um duplo efeito, no mínimo ambíguo, em seus espectadores, em que por um lado promove a identidade cultural do agente nativo de Florianópolis, mas por outro o dispõe no espaço social com a marca de uma inadequação linguística e comportamental, devido ao seu ethos e a sua hexis sociais. Mesmo funcionando de forma ambígua, os conteúdos midiáticos expõem verdadeiras personificações do *ethos* (dos valores e crenças que seriam “imanescentes” aos manezinhos) e da *hexis* local (cultura tornada corpo através de gestos e expressões corporais segundo Bourdieu, o que seria “o jeito de se expressar” do “manezinho”), lançando a público diariamente arquétipos discriminadores, com jargões linguísticos e trejeitos corporais relacionados à noção habitual e aparentemente tradicional da “preguiça” e da “insurreição” constante dos “nativos”. Inicialmente cômica e idônea, a noção se esvai e perde o valor porque aponta para uma constante recusa do florianopolitano, que não estaria disposto no espaço social a submeter-se à virtude da paciência, correspondente à boa educação, à tolerância às iniciativas e desejos de outrem.

Poder simbólico revestido pelo discurso, a motivação midiática relativiza o valor da cultura local porque aparentemente é parte da indústria midiática e por isso segue a lógica do mercado – ou seja, reproduz as notícias e garante a produção da acumulação de riquezas ao reduzir ao máximo quaisquer forças políticas contrárias. Um dos centros nervosos da estrutura mental nativa, a mídia não deixa de ser essencialmente o que é - “fábrica de notícias”, espaço de produção, que obedece à lógica do mercado capitalista global. A “fábrica” de notícias promove discursos, valores e condutas e estabelece as condições para se forjar um *habitus*. O poder simbólico das mídias locais assegura a inculcação e incorporação do discurso hegemônico sobre a estrutura social objetiva local, porque

personifica e promove, ao mesmo tempo em que empobrece, a identidade cultural dos nativos.

Produz-se uma ruptura ao mesmo tempo em que se amplia a divulgação da identidade cultural local, porque tal operação propõe gradualmente a incorporação da representação de uma imagem dominante, oriunda dos padrões televisivos e jornalísticos nacionais, que por sua vez reproduzem os padrões de imagem e de discursos dominantes (ou a *hexis* e o *ethos* das mídias de massa globais). O que mais nos interessa aqui é identificar o tipo de ação que ela está prevendo, ou que discurso sobre a autoimagem do profissional nativo ela estaria promovendo diariamente. Podemos compreender que seu discurso está impregnado na estrutura mental dos trabalhadores nativos ao manipular a sua autoimagem, a identidade e a história cultural desses agentes – e tal mensagem define que os trabalhadores nativos, segundo eles mesmos, não tem interesse em produzir esforços voltados ao enriquecimento “da terra”, e não investe nos benefícios econômicos e logo “políticos” dirigidos à gente e à terra natal.

Ora: ao popularizar e inculcar nos agentes tais características (como evidenciamos com o resultado das amostras de nossas entrevistas), utilizando-as como um recurso aparentemente positivo, o aparelho midiático dissimula as forças em luta não só no campo socioeconômico, mas muito precisamente no campo cultural, porque oculta as lutas entre uma tradição econômica capitalista e uma tradição cultural de trabalho (trabalho vivo e de subsistência, pesqueiro e artesanal; centrado na pequena agricultura familiar e no comércio de produtos locais). Popularizando midiaticamente a “preguiça” com a qual o “manezinho” condiciona as suas relações com o mundo do trabalho e logo com o mercado, a força do discurso hegemônico capitalista ganha espaço, voz e corpo e tempo cronometrados nos espaços impressos, televisivos e radiofônicos, e opera como um *habitus* forjado aparentemente pela opinião pública, que fornece como munição as mais duras críticas e descrédito quanto ao potencial da força de trabalho local, sugerindo-nos que o senso comum depõe contra si mesmo, o que finalmente aponta para uma traição da tradição cultural. Mas não é só isso: é a **dissimulação das lutas culturais e econômicas**, ponta do iceberg que se exhibe com as contradições dos discursos, estrutura mental objetivada e oriunda das práticas hegemônicas capitalistas possivelmente irreversíveis.

Encontramos em Bourdieu (1979) o paralelo empírico com o caso da Cabila, no território argelino, que permite a comparação entre os trabalhadores camponeses (que pertenciam a uma cultura de trabalho prémoderna) e os garçons nativos de Florianópolis (que, no discurso que os hostiliza, detêm a mesma característica cultural de trabalho pré-moderno).

Ambas as formas de trabalho estariam fundadas nas mesmas características essenciais: um trabalho do tipo vivo; trabalho voltado a sua subsistência e de sua comunidade; trabalho realizado de acordo com as condições e as necessidades da natureza; trabalho produzido para a manutenção da comunidade e não para o acúmulo de suas produções e produtos; e essencialmente, trabalho sem fins lucrativos:

A distinção entre trabalho produtivo e trabalho improdutivo, como a distinção entre um trabalho que dá um rendimento regular e trabalho que não dá rendimento, estava relegada para um segundo plano, estabelecendo-se a oposição fundamental entre o ocioso (ou o preguiçoso) que falta para com o seu dever social e o trabalhador que preenche sua função social, qualquer que possa ser o produto do seu esforço. O verdadeiro camponês era reconhecido pelo fato de se aplicar em todos os momentos de folga a esses pequenos trabalhos que eram como a arte pela arte da arte de viver camponesmente, a vedação dos campos, a poda das árvores, a proteção dos novos rebentos, (...); porque, na ausência da obsessão da produtividade, o esforço era em si mesmo sua própria medida e ao mesmo tempo seu próprio fim. (Bourdieu, 1979, pp. 44)

6.3 Desejo X invisibilidade: no simulacro dos gênios, a dissimulação dos *rentiers*

Um homem conhecedor da corte é senhor de seu gesto, de seus olhos, de seu semblante; ele é profundo, impenetrável; dissimula os maus serviços, sorri aos seus inimigos, domina o mau humor, disfarça suas paixões, desmente seu coração, fala, age contra seus sentimentos. (La Bruyère, 1890, apud ELIAS, 2001, p. 121)

A terceira hipótese, *Desejo X invisibilidade*, demarca um território antigo e bizarro em que as relações de interesses, de trocas e das compensações simbólicas (e logo materiais) se recriam diariamente no cotidiano dos *beach clubs* e muito notável e sutilmente entre os garçons e seus nobres clientes. Entendemos desejo como ânsia a um objetivo que conjura a conquista de objetos simbólicos subjetivos – desejo feito sentimentos, emoções, um olhar receptivo ou de reprovação -, e desejo

como ânsia de recompensas materiais, como um pagamento de uma comissão extra, uma joia ou um vale comercial. O desejo conjuga poderes, como os da fábula *Aladim e a Lâmpada Maravilhosa*, que se estabelecem subliminarmente, mas sobre uma relação de interesses racionais entre um servo mágico (um gênio) e o jovem dono que o resgata no deserto africano, e que por isso concede desejos ao dono (que detém o poder simbólico discursivo de que o gênio necessita) em troca de liberdade (visibilidade, melhores condições de existência). No plano prático, tal metáfora também opera em oposições e se aplica aos *beach clubs*, porque o desejo, assim como a invisibilidade (sobre a qual não iremos discorrer, pois *procede se cumprido o desejo*), pode se originar e se situar em ambas as posições socialmente opostas:

- a) o desejo de consumo do cliente (o dono), como comer lagostas, degustar champagne, ouvir música, tragar seu charuto e acariciar uma linda garota em frente ao oceano azul;
- b) o desejo de satisfação do garçom (o gênio), de suprir quaisquer carências do cliente (o dono); mais precisamente, este desejo é a intenção da ação racional (calculada) de fazer tudo o que for possível para que este o perceba como “vontade de potência”, como diria Nietzsche, porque além de percebê-lo o cliente tem que sentir necessidade substancial do garçom, como um gênio escravizado, preso pela servidão eterna em uma lâmpada esquecida no deserto, mas ainda um gênio; ser passível de ato mágico e proativo, cuja criatividade independe dos poderes do dono, mas depende de seus desejos; feitor de tais desejos, a qualquer hora o genial garçom pode ser libertado de sua condição servil *se* ele se tornar visível e o dono, além de enxergá-lo, acreditar nele (depois de ter todos os seus desejos atendidos);
- c) o desejo do cliente (o dono) de obter *atenções afetivas*, mimos, brindes, produtos especiais, de ser apreciado e reconhecido como dono, detentor de poderes políticos e aquele que é capaz de delegá-los em troca de pequenos mimos;
- d) o desejo do garçom (o servo mágico) de obter *atenções atributivas* do cliente, que pode sugerir por vias sutis (gestuais e corporalmente expressivas) ou discursivas que ele, o garçom, dispõe de um poder: o poder de manipulação e de ação criativa dentro do campo, prova de que sua presença e mediação *no contexto do campo* é eficiente e potencialmente indispensável. Tal condição é igual à que Elias (2001) nos aponta ao falar da importância dos agentes, que só adquirem tal relevância e destaque social por causa de suas *relações com os outros*, mesmo pilar político no qual se erguem a sociedade de corte monárquica francesa e a corte

jureriana, estabelecendo assim um paralelo muito estreito, senão inseparável, em nossa pesquisa.

Para desenvolver a hipótese, temos que considerar mais uma vez a aplicação do conceito de *racionalidade de corte*, utilizado por Elias (2001) para caracterizar a dinâmica das relações de interesse produzidas pelas trocas simbólicas já na sociedade de corte francesa entre os nobres aristocratas, os cortesãos e os servos. A saber, Elias explica que “*aquilo que é “racional” depende sempre da estrutura da sociedade*”, e que o uso da razão objetivada faz-se necessário “*sempre que a adaptação a uma determinada sociedade e a sobrevivência dentro dela demandam uma precaução ou cálculo específicos e, com isso, uma retração de emoções individuais efêmeras*” (p. 126). Assim, Elias nos aponta as origens deste tipo de racionalidade que, como outras, surge das necessidades sociais:

A racionalidade industrial, profissional e burguesa tem sua origem nas coerções das interdependências econômicas; com elas, o que se torna calculável, em primeira instância, são as chances de poder baseadas no capital privado ou público. A racionalidade de corte se constitui a partir das coerções da interdependência social das elites; ela serve para tornar calculável, em primeiro lugar, as pessoas e as chances de prestígio como instrumentos de poder. (Elias, 2001, p. 127).

Nosso objetivo aqui é ampliar o paralelo entre as situações das duas épocas (da sociedade de corte francesa e do campo de trabalho dos *beach clubs* jurerianos). Tais contextos, salvo as distinções de suas origens históricas e econômicas, acontecem sob o mesmo intuito (os interesses em visibilidade, prestígio e favorecimentos peculiares *aos e dos* agentes envolvidos) e também utilizam as mesmas estratégias racionais e calculadas, em que a concessão de favores pessoais ou especiais aos clientes privilegiados forja o campo de lutas entre as forças de trabalho e socioeconômicas (em oposição e em concorrência), travadas para a conquista de poderes simbólicos, de favorecimentos e de influências políticas.

Os servos – no nosso contexto, os garçons –, ao prestar favores pessoais (serviços particulares) aos nobres clientes, produzem um campo de expectativas materiais em que aguardam, *em e pela troca de favores e serviços fornecidos*, o exercício do poder simbólico por parte dos clientes, ou seja, de seu poder de influência decisivo, oriundo das ações de caráter político, que provêm conselhos, opiniões e favorecimentos

fundamentalmente na ordem dos discursos, mas potentes o bastante para repositonar a ocupação do agente na disposição do campo de trabalho e deste, no espaço social.²⁹

Podemos deduzir que esta relação de interesses racionais se estabelece com uma *relação de trocas* – trocas de serviços e favores, e de compensações simbólicas, políticas e materiais; troca de influências discursivas, mas essencialmente políticas e logo econômicas. Aqui asseguramos um paralelo entre a sociedade de corte francesa e a corte jurereriana. A relação de interesses racionais passa a ser uma marca característica da sociedade de corte francesa, como um princípio gerador que se realizava interna e externamente em sua estrutura objetiva, e ocorre de modo tão similar nos *beach clubs* de Jurerê Internacional que mobiliza as mesmas estratégias principais, a saber, a subserviência interessada e o apelo à personalidade e à confiança quanto às preferências e desejos. Em comum, as duas cortes mantêm a mesma forma de compensação aos favores dos servos ou cortesãos menos influentes, e esta forma é extensão do poder simbólico, a ação imperiosa da influência política, das opiniões e dos consensos das elites, ou dos discursos favoráveis à seleção de um agente para ascender a um nível superior na posição no campo. Os modos de compensação constituíam-se de todo um aparato de efeitos simbólicos de caráter político, de influências e de favores políticos capazes de mobilizar e de articular as posições dos agentes no espaço social da corte. Mas esse contexto não imperava *per se*, segundo nos ajuda a compreender Chartier (apud ELIAS, 2001). Ele destaca que o contexto de favores e compensações simbólicas políticos estava absolutamente fincado entre os “*três princípios paradoxais da sociedade de corte*” (p.20) francesa, e especificamente no terceiro elemento que ele identifica como o “*último fundamento paradoxal da sociedade de corte*” (id), a saber,

A superioridade social nela se afirma pela submissão política e simbólica. É apenas aceitando sua domesticação pelo soberano e sua sujeição às formalidades coercitivas da etiqueta de corte que a aristocracia pode manter a distância que a separa de sua concorrente pela dominação: a burguesia burocrata. A lógica da corte é portanto a de uma distinção pela dependência: “Com a etiqueta, a sociedade de corte

²⁹ SELL (2010) nos ajuda na compreensão desse fenômeno ao apontar para os quatro tipos de ação social racional weberianos, e dentre eles o que nos interessa - a ação social racional com relação a fins, em que os objetivos dos agentes viriam a orientar os meios e as suas ações então preventivas, porque calculadas e previstas para superar os riscos e conquistar a finalidade

procede à sua autorrepresentação, cada pessoa singular distinguindo-se de cada uma das outras e todas elas se distinguindo conjuntamente em relação aos estranhos ao grupo, de modo que cada uma em particular e todas juntas preservam sua existência como um valor autossuficiente” (Chartier apud ELIAS, 2001, pp.20, 21).

Como uma célula mater ocidental do modelo da ação racional entre classes econômicas, a relação entre interesses racionalmente dispostos, própria do campo de lutas simbólico, ocorria por toda e em toda a hierarquia do território francês do Rei Sol: entre os membros da família real e sua corte (composta de nobres senhores feudais, do clero católico e dos servos camponeses), entre os nobres e os servos da corte etc.. Bourdieu (2010) desvela essa dinâmica como uma *dissimulação* do verdadeiro campo de lutas (de interesses), e em um campo em que as estratégias e as compensações irão ser reproduzidas pela *rivalidade das precedências*, segundo Elias (2001), em que a posse, assim como a ausência de um bem, capital ou poder, produzem as relações viciosas de ação e de reação dos agentes que, presos nesta dinâmica, estão restritos à reprodução de seu *habitus*, e à reprodução de sua estrutura.

A relação originária com mundo social a que estamos acostumados, quer dizer, para o qual e pelo qual somos feitos, é uma relação de posse, que implica a posse do possuidor por aquilo que ele possui. Quando a herança se apropriou do herdeiro, como diz Marx, o herdeiro pode apropriar-se da herança. E esta apropriação do herdeiro pela herança, (...) realiza-se pelo efeito conjugado dos condicionamentos inscritos na condição do herdeiro e da ação pedagógica dos predecessores, proprietários apropriados. O herdeiro herdado, apropriado à herança, não precisa de querer, quer dizer, de deliberar, de escolher ou de decidir conscientemente, para fazer o que é apropriado,(...). Luiz XIV está de tal forma identificado com a posição por ele ocupada no campo de gravitação do qual é o sol que seria inútil tentar determinar, entre todas as ações que se desenrolam no campo, quais as que são produto de sua vontade, (...). A sua própria vontade de dominar é produto do campo que ela domina e faz reverter para ele todas as coisas: “Os privilegiados, presos nas redes que lançavam uns aos outros, mantinham-se por assim dizer, uns aos outros nas posições respectivas (...). A pressão que os inferiores ou os menos privilegiados exerciam sobre eles forçava-os a defenderem os seus privilégios. E vice-versa: a pressão vinda de cima impelia os menos favorecidos para se libertarem

dela, a imitarem aqueles que tinham conseguido chegar a uma posição mais favorável: por outras palavras, entravam no círculo vicioso da rivalidade das precedências. (...) O príncipe sentia-se superior ao duque, o duque superior ao marquês, e, no conjunto, enquanto membros da “nobreza” nem podiam nem admitiam ceder perante os plebeus sujeitos ao imposto. Uma atitude gerava à outra; pelos efeitos de ação e de reação, o mecanismo social equilibrava-se, estabilizava-se numa espécie de equilíbrio instável. (...) (Elias, 2001, apud BOURDIEU, 2010, pp. 84, 85).

Aqui, o diálogo de Bourdieu com Elias destaca a produção do jogo como o estabelecimento das relações de interesses e de trocas simbólicas dos agentes dentro das estruturas objetivas, e, como o jogo propriamente se constitui das lutas no campo simbólico e no campo social, o seu princípio de ação é

a própria luta que, sendo produzida pelas estruturas constitutivas do campo, reproduz as estruturas e as hierarquias deste. Ele reside nas ações e nas reações dos agentes que, a menos que se excluam do jogo e caiam no nada, não tem outra escolha a não ser lutar para manterem ou melhorarem a sua posição no campo, quer dizer, para conservarem ou aumentarem o capital específico que só no campo se gera, contribuindo assim para fazer pesar sobre todos os outros os constrangimentos, frequentemente vividos como insuportáveis, que nascem da concorrência. Em suma ninguém pode lucrar com o jogo, nem mesmo os que o dominam, sem se envolver no jogo, sem se deixar levar por ele: significa isto que não haveria jogo sem a crença no jogo e sem as vontades, as intenções, as aspirações que dão vida aos agentes e que, sendo produzidas pelo jogo, dependem da sua posição no jogo e, mais exatamente, do seu poder sobre os títulos objetivados com capital específico – precisamente aquilo que o rei controla e manipula jogando com a margem que o jogo lhe deixa. (id pp. 85, 86)

De volta às lutas do campo simbólico e social dos garçons dos *beach clubs* de Jurerê Internacional, ao estabelecerem toda uma rede de serviços pessoais e/ou especiais para clientes privilegiados, está sendo agenciada a produção de uma estrutura objetivada e objetiva que releva, comporta e assiste às necessidades da classe dominante. O jogo comporta trocas envolvendo papéis e funções. Não há luta entre quem tem a necessidade (aqui, o cliente) e quem pretende ofertá-la (o garçom), porque o jogo já inicia com um vencedor (o cliente): qualquer que seja a sua

disposição no campo, um desejo lhe será atendido e atribuído (mesmo que não o pretendido, mas algo similar ou à altura). Não fica claro se ao cliente atribui-se material e se ao garçom faz-se uma retribuição simbólica e/ou material, ou vice-versa, pois as estratégias de conversão das compensações podem variar, conforme a posição dos agentes e suas ações posteriores. Ou seja: o jogo desfaz-se, qualificando-se e requalificando-se em um contínuo.

A luta também se dá na própria autoimagem do garçom, entre as suas formas por vir: forma de trabalhador conservador, subserviente/servil com sua promessa de atendimento tradicional, ou forma de trabalhador produtivo autônomo/temporariamente servil, com livre iniciativa e eficiência o bastante para mobilizar os seus próprios capitais (rede de contatos, acessos a espaços físicos, etc), para desenvolver e conquistar o seu segundo objetivo (que aparece como o primeiro aos olhos do campo, a saber, atender o desejo do cliente), e não seu objetivo inconfesso, imediato e primeiro, a saber, a visibilidade ou o reconhecimento e a obtenção de privilégios.

Se há lutas também no confronto de interesses socioeconômicos, é possível qualificá-las sob parâmetros valorativos e quantitativos? Podemos identificar um e outro agente do campo como mais e menos virtuoso, ou mais ou menos relevante, mais ou menos lucrativo? Isso me perturbou durante a pesquisa de campo, pois as histórias de vida socioeconômica e os *modus operandi* políticos detinham uma urgência em suas identificações e finalidades, assim como os agentes que mobilizavam e articulavam determinadas ações e intenções.

É possível qualificar as lutas do campo (seus conflitos iminentes e subjacentes) sob parâmetros valorativos e quantitativos? Sim. Para isso, proponho partir de um caso bem comum nos *beach clubs* jurererianos, que envolve três personagens: *o garçom, a prostituta e o cliente* (em geral, um herdeiro, equiparado a um dos “*rentiers*” da corte monárquica francesa de Elias, 2001). A compra das atenções e dos prazeres do cliente; o atendimento no *beach club* e a venda de acessos à garota de programa pelo garçom; a venda de risos e de carinhos da garota – tudo aqui é mercadoria.

Tais práticas demarcam e asseguram todo um mercado de bens afetivos e culturais, com todo um volume de lucros em jogo. Operam sobre as relações estruturas objetivas (ou seja, construções sociais) e estruturas mentais (de crenças, pertencas, sentimentos, espiritualidades), às vezes em oposição ou em luta. Elias nos ajuda a compreender essa dinâmica:

A racionalidade de corte acaba produzindo uma série de reações e isso mesmo no seio da sociedade de corte. Trata-se de tentativas de emancipação do “sentimento”, as quais são sempre, ao mesmo tempo, tentativas de pressão de emancipação do indivíduo diante de uma determinada pressão social (...). (Elias, 2001, pp. 127).

A produção, a mercadoria e o consumo encontram-se alinhados (e em luta) com questões de ética e de espiritualidade, evocadas pelos garçons no cotidiano do campo de trabalho jurereriano. De acordo com Bourdieu, é aqui que nos damos conta da *dissimulação* na relação de forças em luta, com a qual se impõe a objetivação do campo econômico – forças que empurram para baixo a individualidade subjetiva dos agentes, fazendo com que suas individualidades apareçam sob a forma de escolhas quanto à oferta de si mesmos como produtos; e a mesma força que os empurra para baixo no sentido das competências e de suas contradições subjacentes enfia goela abaixo em todos os agentes – cliente, garçom e prostituta – necessidades forjadas no campo socioeconômico, remanescentes em todos os níveis de carências do campo social e de trabalho.

O campo econômico que se forja com a suposição da relação racional de interesses entre garçom, prostituta e cliente *é campo objetivado*, feito história e tornado corpo pelos três agentes, tornando-os comerciantes de si mesmos, colocados no mundo ao mesmo tempo como produtores, consumidores, mercadorias de troca, de consumo e de permutas simbólicas. O jogo final de suas competências e de suas identidades é indetectável porque deve ser assim – porque o jogo dos interesses e das trocas simbólicas se fragmenta tamanha a grandiosidade da dissimulação, do encobrimento às forças em luta no campo. Elias (2001) nos lembra das conversões do poder simbólico, e porque o jogo por esse prêmio (o poder) pode ser mais importante do que a posição dos jogadores na disposição do espaço social, não importando as virtudes, finalidades e nem que isso seja conflitante, porque no jogo das disposições do espaço social, assim como na corte jurereriana, o que se deve relevar é “*muito mais o indivíduo em seu contexto social, em sua relação com os outros. Aqui também se mostram os vínculos estreitos entre o cortesão e a sociedade*” (p.121). Nos *beach clubs*, assim como na sociedade de corte, os agentes,

Eles não frequentavam a corte apenas porque dependiam do rei, mas permaneciam dependentes do rei porque só pelo acesso á corte e à vida junto à sociedade de corte podiam manter à distância em relação aos outros, distância a qual dependia a salvação de suas almas, de seu prestígio como

aristocratas de corte, ou seja, de sua existência social e sua identidade pessoal. (...) Se a necessidade de marcar a distância em relação ao mundo exterior prendia cada um dos indivíduos à corte, impelindo-o assim para a sua engrenagem, dentro da sociedade de corte ele era impulsionado pela intensidade da concorrência. Do ponto de vista de sua motivação mais decisiva, tratava-se de uma concorrência por prestígio (...), as pessoas competiam entre si por chances de prestígio hierarquizadas, ou, em outras palavras, por chances de poder hierarquizadas. (...) Ora, tudo o que desempenhava um papel na relação entre os homens convertia-se em chance de prestígio nessa sociedade: o nível social, o cargo herdado e a antiguidade da “casa”. Convertia-se em chances de prestígio o dinheiro que alguém possuía ou ganhava. O favorecimento do rei, a influência sobre sua a sua amante ou sobre os ministros, (...) tudo isso convertia-se em chance de prestígio, combinando-se no homem singular e determinando seu lugar na hierarquia inerente à sociedade de corte. (Elias, 2001, p. 116, 117).

Os desejos continuam sendo clamados; os invisíveis lutam e cedem para serem vistos; o indizível, nem sempre invisível mas disposto ao confinamento, assim procede pelas forças socioeconômicas que mobiliza; e, sem melhores termos para exigências na troca, nem todos os desejos são concedidos, o que resulta na luta de classes, em que os simulacros de gênios continuarão lotados na servidão aos *rentiers*, em algum deserto do mundo – e com certeza em Jurerê Internacional.

Conclusão

O campo jurereriano, em contraste com minhas expectativas iniciais de pesquisa nos *beach clubs*, me conduziu às seguintes conclusões:

- 1) os novos ricos não conformam o total da clientela nacional e internacional de Jurerê Internacional; sua participação é significativa e disseminadora do evento político-econômico e social que identifica no Brasil o crescimento do poder de consumo da classe trabalhadora. O campo apontou exatamente o contrário, a partir do depoimento dos garçons: que os herdeiros (filhos e parentes de todas as ordens de agentes que detêm capital político, econômico e cultural) compõem, ao menos das duas últimas décadas, grande parte desse agrupamento;
- 2) as percepções dos garçons sobre a riqueza de seus nobres clientes atravessam a dimensão descritiva. A profundidade das reflexões mostra-se emergente, provavelmente como consequência das contradições que se tornam perceptíveis devido à força da dissimulação das lutas no campo. Boa parte dos entrevistados se apropriaram dos momentos das entrevistas para refletir e se propor argumentos e/ou perspectivas de ação diferentes daquelas a que se mostraram coletivamente familiarizados e habituados a desenvolver. As motivações econômicas são ainda muito superiores às motivações éticas ou políticas no campo de trabalho jurereriano, e abrangem grande parte do total de entrevistados, o que pode ter vindo a influir às vezes na negação e em lapsos nas reflexões, de análises e de críticas em profundidade quanto aos modos de vida e de consumo fundados com as despesas milionárias dos nobres clientes dos *beach clubs*;
- 3) as relações que os garçons descrevem possuir com os clientes demonstram ter duas dimensões: a subserviência total, típica e oriunda das sociedades de corte, em que os garçons detêm invisibilidade e impotência, mas significação funcional; e o deslumbramento que, também subserviente através do uso de uma “racionalidade de corte”, destrona a invisibilidade, mas mantém as distinções sociais com aproximações que são, no limite, superficiais;
- 4) os garçons veem a si mesmos, segundo a pesquisa em campo, como agentes que experimentam uma função temporária e dispensável; reconhecem a contradição da formação profissional,

cujas preferências são questionáveis porque apontam para agentes desqualificados, que podem ser “doutrinados” segundo os interesses de cada espaço de trabalho, frente ao poder econômico de um mercado instável em que todos são rapidamente substituíveis. Tal contradição parece legitimar a insegurança e o esvaziamento de profissionais neste ofício;

- 5) o trabalho servil dirigido para a classe A acaba por produzir mais distanciamento do que aproximação, em relação às questões de preferências e gostos estéticos e/ou sensoriais (alimentares e ambientais), expondo uma lacuna valorativa extremamente significativa. Na maior parte das entrevistas, quando os garçons foram questionados se fariam os mesmos pedidos de bebidas e de alimentos que seus clientes, as respostas foram negativas e/ou de recusa total, porque em geral “eles conhecem o outro lado”, ou seja: jamais teriam despesas tão altas para consumir tais produtos;
- 6) sem condições salariais promissoras e sem incentivos econômicos e legais à profissão, a maior parte dos entrevistados mantém expectativas temporárias e transitórias neste campo profissional do setor de prestação de serviços, e não possui perspectivas nem projetos profissionais associados ao ofício de garçom a longo prazo;
- 7) este é um campo (de trabalho e territorial) em que o neofeudalismo metaforiza o eco de uma antiga tradição. Em comum nas duas cortes, o conjunto procedimental das etiquetas funciona ainda como ferramenta de uma linguagem e de um discurso político, em que a *hexis* e o *ethos* são elementos que detêm e reproduzem sentidos e significados vinculados ao poder simbólico da classe dominante, que impera no espaço social e no campo político-administrativo de trabalho;
- 8) a “racionalidade de corte” é um conceito e uma prática que participa de um *habitus*, de garçons privilegiados, disposição de uma classe de agentes cujas atitudes pré-estabelecidas objetivam finalidades específicas. É uma motivação cotidianamente recriada em ações estratégicas que pertencem à ordem do sutil, e dão-se nas relações entre os interessados (aqui especialmente entre os garçons e os clientes); seu objetivo aparentemente permanece sendo a obtenção de favorecimentos político-econômicos, poder de

distinção que influencia e altera a ocupação dos agentes na posição dos espaços sociais;

- 9) a desregulamentação do mercado de trabalho terceirizado e sazonal, campo formado por trabalhadores autônomos que no campo jurereriano em geral está composto por agentes sem titulação ou diplomas universitários (em grande parte dos casos, os *beach clubs* apresentam preferência por profissionais sem qualificações), obedece à hegemonia capitalista;
- 10) a imbricagem entre os campos de trabalho, econômico e religioso é uma das disfunções mais relevantes do campo; o teocentrismo deslocado, a massificação da distinção e a ausência de uma regulamentação no mínimo coerente com a profissão dos garçons (cujas funções são múltiplas, na maioria dos ambientes pesquisados) são eventos que predisõem sinais da crise na sociedade moderna capitalista, que tenta e consegue até então conjurar sucessos financeiros com frágeis promessas ético-religiosas, com a administração e normatização disciplinar das condutas no campo de trabalho;
- 11) o confronto entre as tradições econômicas capitalistas e pré-industriais socioculturais está posto em evidência, tanto no contexto do campo como no das mídias locais/globais, cuja função ambígua aponta para um jogo de intenções relacionais sociofinanceiras motivado por mercados logísticos locais e globais, frágeis por natureza mas imprevisíveis por seus viés políticos e econômicos atuais, cuja fronteira não é mais visível e em que todo o tipo de racionalidade está investida (incluindo-se aqui a racionalidade de corte eliasiana, etc.). Isto pode sujeitar este neofeudalismo ao fracasso perante a nossa breve, frágil, encantadora e bizarra eternidade. A menos que os incansáveis herdeiros movam-se com preguiça e ordenem por voz via satélite depósitos bilionários em suas contas pagando aos empregados – nossos colegas nativos de trabalho – para que abanem suas cabeças com folhas de palmeiras, e entreguem suas jovens filhas aos seus leitos e desejos, porque estes são modos e fatos tão costumeiros, tradicionais e característicos das pequenas ilhas colonizadas, e que por isso são pagas e mantidas modernas: pelo acalento em um confim do mundo, com seus bangalôs e virgens caríssimos e intocáveis.

Neste sentido, a produção analítica sobre o campo jureriano me apontou temas para futuras pesquisas, das quais destaco:

- a) as leituras e abordagens de conceitos sociológicos para identificar o indizível (nos depoimentos dos garçons);
- b) os paradoxos das classes econômicas e a conversão dos capitais;
- c) as estruturas sitiadas: quais as forças, poderes e capitais dispostos entre a estrutura mental e a estrutura objetiva, na categoria das representações políticas florianopolitanas?
- d) os tempos de trabalho na sociedade pré-capitalista e moderna catarinense e as lutas econômico-culturais.

REFERÊNCIAS

- ABEP – Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa. [Critério de Classificação Econômica Brasil \(CCEB\)- Em vigor a partir de 01/02/2012](#) . Disponível em: <http://www.abep.org/novo/FileGenerate.ashx?id=257>. Acesso: 24/04/2012.
- ALVES-MAZZOTTI, Aida Judith. e GEWANDSZNAJDER, Fernando. **O Método nas Ciências Naturais e Sociais: Pesquisa Quantitativa e Qualitativa**. São Paulo: Pioneira, 1999 - 2ª edição.
- BACHELARD, Gaston, **A formação do espírito científico: contribuição para uma psicanálise do conhecimento**. Tradução: Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro, Contraponto: 1996.
- BERGSON, Henri. **La pensée et le mouvant. Essais et conférences**. Presses Universitaires de France, 27ª edição, 1950, pág. 239-251. Tradução: Maristela Bleggi Tomasini.
- BONIFAZI, Elio, e DELLAMONICA, Umberto. **Descobrimos a História – História Antiga e Medieval**. São Paulo: Ática, 2002.
- BOURDIEU, Pierre. **A Distinção – Crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2008.
- _____. **A Dominação Masculina**. Tradução: Maria Helena Kühner – 2ª ed. -. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil: 2002.
- _____. **A economia das trocas simbólicas**. 5ª edição. São Paulo, SP: Perspectiva, 2005.
- _____. **A Miséria do Mundo**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1997.
- _____. **O Desencantamento do Mundo: Estruturas Econômicas e Estruturas Temporais**. Tradução: Silvia Mazza. Coleção ELOS. Perspectiva, SP: 1979.
- _____. **O Poder Simbólico**. Tradução: Fernando Tomaz – 14ª Ed. – Rio de Janeiro; Bertrand Brasil, 2010.
- _____. **O senso prático**. Tradução: Maria Ferreira. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

_____. **Razões práticas: Sobre a teoria da ação.** Tradução Mariza Corrêa. Campinas: SP, Papirus, 1996.

CAMPOS, Nazareno, José de. **Terras Comunais na Ilha de Santa Catarina.** Florianópolis: UFSC, 1991.

CASTILLO, Pedro N. Dell. **Curso de Garçom.** A Arte do Bom Servir. Projeto de Capacitação de Mão de Obra para Hotéis, Restaurantes, bares e Similares. Promoção: FUNTURISMO (Fundo de Incentivo ao Turismo). Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte, e FHOESC (Federação dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares do Estado de Santa Catarina). Florianópolis: 2012.

CLT – Consolidação das Leis do Trabalho. Disponível em: <http://www.soleis.com.br/ebooks/TRABALHISTA-2.htm>. Acesso: 05/05/2012.

DOBBY, Maurice, e SWEEZI, Paul. **A transição do feudalismo para o capitalismo.** Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1977.

ELIAS, Norbert. **O processo civilizador** – vol. I. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

_____. **A sociedade dos indivíduos.** Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994

_____. **A Sociedade de Corte - Investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

FERREIRA, Oliveiros S. **Ordem e Revolução como instrumentos de análise.** Aula Inaugural do Curso de Ciências Sociais da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP. Publicação: 05/03/2007. Disponível: <http://www.oliveiros.com.br/ordem-e-revolucao-comoinstrumentos-de-analise-532007/=>. Acesso em: 13/10/2011.

FILGUEIRAS, Luiz. **O Neoliberalismo no Brasil: Estrutura, Dinâmica e Ajuste do Modelo Econômico.** In: Basualdo, Eduardo M.; Arceo, Enrique. Neoliberalismo y sectores dominantes. Tendencias globales y experiencias nacionales. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires. Agosto 2006. ISBN: 987-1183-56-9. Disponível em:

<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/basua/C05Filgueiras.pdf>. Acesso: 02/10/2011.

FISHER, Rosa Maria Bueno. **Mídia e Juventude: Experiências do público e do privado na cultura**. Caderno Cedes – Centro de Estudos Educação e Sociedade -, Campinas, vol. 25, n. 65, p. 43-58, jan./abr. 2005.

GOMES, Carlos. **Antecedentes do capitalismo**. Portugal: Almada, 2008. Edição eletrônica disponível em: <http://www.eumed.net/librosgratis/2008a/372/antecedentes%20do%20capitalismo%20bibliografia.htm>.

GRÁCIO, Sérgio. **A mobilidade social revisitada**. Revista Sociologia – Problemas e Práticas, Nº 24. Instituto Universitário de Lisboa: Mundos Sociais, 1997

GUILLEBAUD, Jean-Claude. **A Reinvenção do mundo: um adeus ao século XX**. Tradução de Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2033.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Estudos e Pesquisas. Informação Econômica Número 13. Publicação: Economia do Turismo (ECOTUR), Uma Perspectiva Macroeconômica 2003 – 2007. Rio de Janeiro, 2010. Tabelas 04, 07. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/industria/economia_tur_20032007/. Acesso: 16/10/2011.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Demográfico 2010: Características gerais da população, religião e pessoas com deficiência. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/caracteristicas_religio_deficiencia/default_caracteristicas_religio_deficiencia.shtm. Acesso em: 03/04/2013.

LAKATOS, E.; MARCONI, M.. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 1992.

MARX, Karl. **Os Manuscritos Econômicos-Filosóficos**. São Paulo: Boitempo, 2004.

MILHORANZA, Mariângela Guerreiro. **Direito do Trabalho**, Aula n. 1. *Evolução Histórica do Ordenamento Jurídico do Trabalho no Mundo*. Professora de Direito na PUC/RS. Disponível em: <http://>

www.tex.pro.br/tex/images/stories/Dir_Trabalho_I/Aula_n.1.doc. Acesso: 15/12/2011.

Ministério do Turismo. **Avaliação do Programa de Regionalização do Turismo – ROTEIROS DO BRASIL. Resumo Executivo.** Coordenação Geral e Técnica: Ana Clévia Guerreiro Lima. IADH – Instituto de Assessoria Para o Desenvolvimento Humano, Brasília: 2004.

NABAIS, Catarina Pombo. **Filosofia, Arte e Ciência: modos de pensar o acontecimento e o virtual segundo Gilles Deleuze**, In: D. Fernández Duque, E. Parejo e I. Hernández Antón (Eds.), *Estudios de Lógica, Lenguaje y Epistemología*. Sevilla: Fénix Editora, pp.319-326.

NIETZSCHE, Friedrich. **Para Além do Bem e do Mal – Prelúdio a uma Filosofia do Futuro**. Tradução: Alex Marins. Coleção A Obra Prima de Cada Autor. São Paulo – SP, Martin Claret Ltda, 2008.

NOGUEIRA, Ricardo Prado Pupo. **O sintoma e a dissociação psicossomática**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 1996.

POCHMANN, M. (Org.); CAMPOS, A. (Org.); AMORIM, Ricardo (Org.); SILVA, Ronnie (Org.). **Atlas da Exclusão Social: Os Ricos no Brasil - v. 3**. São Paulo: Cortez, 2005.

POCHMANN, Marcio. **Nova Classe Média? O trabalho na base da pirâmide social brasileira**. São Paulo: Boitempo, 2012.

PAULI, Evaldo. **A fundação de Florianópolis**. Florianópolis, Lunardelli:1987.

RAUD, Cécile. **Bourdieu e a nova sociologia econômica**. *Tempo Social, Revista de sociologia da USP*, ano 2005, v. 19, n. 2, pp. 203-232

SALLUM JR, Brasílio. **O Brasil sob Cardoso: neoliberalismo e desenvolvimentismo**. Dossiê FHC 1º GOVERNO. *Tempo Social. Revista de Sociologia da USP*. São Paulo, 11(2): 23-47, out. 1999 (editado em fev. 2000).

SANTA CATARINA. **Estados Brasileiros**. Disponível em: http://www.portalbrasil.net/estados_sc.htm. Acesso: 25/10/2011.

SANTANA, Waldir Cavalcante. **Concepção Estética em Gilles Deleuze**. Universidade Federal da Paraíba. Programa de Pós-Graduação de Mestrado em Filosofia. Tópico Especial em Filosofia - III – Estética em Deleuze. João Pessoa – PB, 2006. Disponível em: <http://wcavalcantesantana.blogspot.com.br/2011/04/concepcao-estetica-degilles-deleuze.html>. Acesso: 10/12/2011.

SANTOS, Jhenri dos. Garçom, apesar dos perigos!!!! parte 1. A Origem do Ofício (Introdução ao conceito de servidão). **Bem Servir – Blog Service**. Postagem: 30/01/2008. Disponível em: <http://jhenrisantos.blogspot.com/>. Acesso: 14/10/2011.

SEGUNDO, João Paulo. Mensagem do Papa João Paulo II Para o Dia Mundial do Turismo 2004. **Desporto e turismo: duas forças vitais para a compreensão mútua, a cultura e o desenvolvimento dos países**. © Copyright 2004 - Libreria Editrice Vaticana. Disponível em: http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/messages/tourism/documents/hf_jp-ii_mes_20040625_xxv-giornata-mondiale-turismo_po.html. Acesso: 03/11/2012.

SELL, Carlos Eduardo. **Sociologia clássica: Marx, Durkheim e Weber**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

SOUZA, Jessé. **Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?** 2ª Edição rev. e ampl./ Jessé Souza. Belo Horizonte: UFMG, 2012.

TOLEDO, Pedro Eduardo Ribeiro. **Cidade Para Todos X Cidade Para Poucos – Turismo, Segregação Urbana e Empreendimento Imobiliário: um estudo de Jurerê Internacional em Florianópolis/SC**. Dissertação de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Uberlândia. Instituto de Geografia, MG: 2005

THOMPSON, E.P. “Tempo, disciplina de trabalho e capitalismo industrial”. **Costumes em comum. Estudos sobre a cultura popular tradicional**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. Tradução: M. Irene de Q. F. Szmrecsányi, Tamás J. M. K. Szmrecsányi. — 2. ed. rev. — São Paulo: *Pioneira* Thomson Learning, 2005.

Referências midiáticas:

Agência Câmara. Trabalho e Previdência. **PL 252/2007.** Autor: MACHADO, Gilmar. Deputado do PT/ MG. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias>. Acesso: 03/07/2012.

FERRAZ, Vicente, ALDÉ, Alessandra. **Arquitetos do Poder.** Documentário. 100 min. Brasil, Rio de Janeiro: Urca Filmes/UPERJ, 2010. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=EoA6zsaR0xo>. Acesso: 04/05/2012.

Carta Capital. **Entrevista – Marcio Pochmann : “Ascensão da classe trabalhadora dá sinais de esgotamento”.** Caderno de Economia. Publicado em 16/05/2012, às 16:23. Acesso: 08 de Setembro de 2012. Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/economia/marciopochmann-ascensao-da-classe-trabalhadora-da-sinais-de-esgotamento/>

CORREIO DO POVO. Jornal Eletrônico. Campo grande, MS: 2011. Disponível em: <http://www.correiodoestado.com.br/noticias/jovens-da-classe-c-estudam-mais-que-os-pais-94798/>. Acesso: 09/05/2012.

GLOBO.COM. **Brasil possui três milhões de famílias ricas, aponta pesquisa.** Disponível em: <http://oglobo.globo.com/economia/mat/2011/10/12/brasil-possui-tresmilhoes-de-familias-ricas-aponta-pesquisa-925563263.asp>. © 1996 - 2011. Todos os direitos reservados a Infoglobo Comunicação e Participações S.A. Acesso: 13/10/2011.

GLOBO RÁDIO. CBN Brasil. **Jovem da classe C estuda mais do que os pais e contribui mais com o orçamento familiar.** Entrevista com Renato Meirelles. Instituto Data Popular: 11/01/2011. Disponível em: <http://cbn.globoradio.globo.com/programas/cbn-brasil/2011/01/11/JOVEMDA-CLASSE-C-ESTUDA-MAIS-DO-QUE-OS-PAIS-E-CONTRIBUIMAISS-COM-O-ORCAMENTO-FAMILIAR.htm>. Acesso: 09/05/2012.

HABITASUL EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS. Habitasul – Uma relação de vida. Disponível em: <http://www.habitasul.com.br/produtosimobiliarios.htm>. Acesso: 10/05/2012.

HABITASUL JURERÊ INTERNACIONAL. Disponível em: http://www.jurere.com.br/jur_habitasul.htm. Acesso: 17/05/2012.

Novo Testamento. **As Bem Aventuranças**. Bíblia Ave Maria - Novo Testamento (São Mateus 5, 3-12). Bíblia Católica Online.. Editora Ave Maria. Disponível Em: <http://www.bibliacatolica.com.br/bibliavemaria/sao-mateus/5/> Acesso: 18/05/2013.

Origem e história do Garçom (autor anônimo). Disponível em: <http://jhenrisantos.blogspot.com.br/2008/01/garom-apesar-dos-perigosparte-1.html>. Acesso: 15/12/2011.

SAGAN, Carl. **Carl Sagan: Cosmos 9 – A Vida das Estrelas**. Série de documentários, obra de divulgação científica. Co-roteirista: Ann Druyan. Produção: [KCET](#) e [Carl Sagan Productions](#), em associação com a [BBC](#) e a [Polytel International](#), veiculada na [PBS](#). Edição: Cosmos Studios. EUA, 1980.

João Paulo II. Mensagem do Papa João Paulo II Para o Dia Mundial do Turismo 2004. **Desporto e turismo: duas forças vitais para a compreensão mútua, a cultura e o desenvolvimento dos países.** ©

Copyright 2004 - Libreria Editrice Vaticana.

Disponível em:

http://www.vatican.va/holy_father/john_paul_ii/messages/tourism/documents/hf_jp-ii_mes_20040625_xxv-giornata-mondiale-turismo_po.html.

Acesso: 03/11/2012.

APÊNDICE

Roteiro de Entrevistas

O uso da linguagem coloquial e de gírias contemporâneas contidas nas questões abaixo visam ser instrumentos facilitadores à mediação dialógica; se fazem necessários para a criação, manutenção e estabelecimento de diálogos mais densos, íntimos e significativos (e aguardam seguir o fluxo das idéias durante os diálogos, por assim dizer), obedecendo apenas as regras informais da conduta sócio-profissional desta geração que assim se manifesta e realiza suas trocas lingüísticas e simbólicas cotidianamente. As orações abaixo situadas entre parênteses () possuem fins pontualmente explicativos, relativos a esta pesquisa.

- Há quanto é garçoms e há quanto tempo trabalha em Jurer~e Internacional?
- Fez curso pra ser garçom?
- Por que quer esse emprego?
- Como tu foi contratado?
- Quais as diferenças entre trabalhar em Jurer~e Internacional, e em outros lugares?
- O que tu gosta no trabalho de garçom aqui em Jurerê Internacional?
- Levando em conta o tipo de cliente que tu atendes, como acha que o garlom deve ser comportar? Como ele deve agr?
- Tem alguma situação que te marcou de modo positivo nessa profissão, aqui em Jurerê Internacional? Tem mais de uma? Quais?
- Tu já trabalhou muitas vezes mais do que deveria? Por que?
- Qualquer um pode fazer o teu trabalho? Por que?
- O garçom deve usar um uniforme, ou uma roupa padrão do local de trabalho? Por que?
- O que tu definitivamente não gostaria de fazer, como garçom?

- Como é que tu sabe que um cliente é rico?
- Uma pessoa famosa é diferente de uma rica? Por quê?
- Quem é mais “diferente”, excêntrico nos pedidos: os ricos, ou os famosos?
- Tu pedes a gorjeta?
- Se um rico ou famoso não dá gorjeta, tu reclama - ou usa alguma artimanha para convencer o cliente a dar gorjeta?
- Qual é sua opinião sobre a gorjeta? É pagamento ou é gratidão?
- Já atendeu clientes famosos que usam a mídia pra sobreviver, e se promovem o tempo todo? (*peessoas famosas que capitalizam valores sociais e financeiros através da mídia*)?
- Por que acha que os ricos e os famosos gostam de Jurerê Internacional - o que há de especial aqui?
- O que faz Jurerê Internacional ser “a bola da vez”: o fato de que ricos e famosos vem pra cá, ou por que aqui é um lugar único no mundo? (*um dos lugares ideais no contexto distintivo e histórico atual*)
- Tu acha que existem outros lugares tão especiais ou parecidos com Jurerê Internacional aqui em Florianópolis?
- Tu acha que as pessoas vem aqui por causa da praia, por causa da estrutura física deste espaço, ou por que querem fazer parte de algo maior?
- E o que seria este “algo maior”?
- Garçom tem que ser discreto ou tem que interceder, tem que participar?
- E se um rico ou famoso “pega no seu pé” e “começa a te encher o saco”, o que é que tu faz?
- Já recebeu críticas sobre seu trabalho? Quais?
- Como define o modo como os clientes aqui de Jurerê Internacional de tratam cotidianamente? É diferente de outros lugares?
- Tu achas a tua profissão comunicativa? Ela te dá espaço pra conversar, trocar ideias, fazer amizades ou criar laços? Por que?
- O que tu definitivamente não gostaria de fazer, como garçom?

- Como é que tu sabe que um cliente é rico?
- Uma pessoa famosa é diferente de uma rica? Por quê?
- Financeiramente, que tipos de pessoa você mais atende aqui em Jurerê Internacional: milionárias ou menos abastadas?
- E como tu percebes a diferença entre o rico e o menos abastado?
- Tu gostas das coisas (produtos) que os clientes te pedem?
- Se tu tivesses dinheiro o bastante pra pagar, você faria os mesmos pedidos que recebe aqui em Jurerê Internacional? Por quê?
- Tem produtos nos pedidos aqui que tu nunca provou? O quê, por exemplo?
- Tu caracterizas o trabalho dos supervisores nos *Beach clubs* como um trabalho qualificado ou não? Por quê?
- E tu serviu pessoas famosas como estrelas da televisão, empresários ou modelos internacionais?
- Tem diferença entre o comportamento de um rico e de um famoso em Jurerê Internacional?
- Quais são as tuas metas na sua vida profissional?
- Os clientes aqui dos beach clubs *Beach clubs* são fiéis? Eles preferem ser servidos por um garçom em particular?
- Tu já fizeste uma amizade mais profunda com clientes aqui no seu trabalho de garçom?
- Tu achas que clientes apreciam sua companhia ou apenas precisam dos seus serviços?