



A história do Brasil que é um

Luxo

Pesquisa revela a importância do consumo no desenvolvimento do capitalismo nacional

CARLOS HAAG

Opovo gosta de luxo; quem gosta de miséria é intelectual”: a frase de Joãozinho Trinta pode não ter perdido de todo a sua validade, mas há, na universidade, quem não concorde com a segunda parte dela. A economista Milena Fernandes de Oliveira, da Unicamp, defende em seu doutorado *Consumo e cultura material, São Paulo “Belle Époque” (1890-1915)*, orientado por Fernando Novais, justamente a importância de se estudar o luxo e de como seu consumo é um instrumento poderoso para interpretar as características dos chamados “capitalismos periféricos”, como o brasileiro, descobrindo raízes inesperadas que ajudam a entender a industrialização tardia do país e como foi feita a sua modernização. “O consumo numa sociedade que acabara de derrubar o Império e a escravidão tem uma função clara e definida: acelerar a superação de um passado colonial que se quer esquecer a qualquer custo. O processo, é claro, não seria para todos”, explica Milena. “A modernidade idealizada pela elite cafeeira se interessava menos pela inclusão social como retaguarda para a selvageria capitalista do que por uma modernidade que criasse uma nação civilizada e que apagasse de vez tudo o que lembrasse o passado colonial.” Para se diferenciarem, então, optaram pelo luxo importado. “Esses padrões de consumo eram mais sofisticados do que a indústria nacional conseguia produzir e assim a influência do consumo

sobre a indústria é bem maior do que desta sobre aquele, restringindo a industrialização”, avalia. Ou seja, para entender o Brasil de hoje e seus gargalos é preciso que os intelectuais continuem a olhar a miséria, sem esquecer o luxo.

O período escolhido, entre 1890 e 1915, é fundamental, pois marca tanto o apogeu da acumulação capitalista pela economia cafeeira, que cria uma indústria particular, como é o momento em que a sociedade brasileira assistiu às grandes transformações que marcam o nascimento da sua modernidade, que ganhará um impulso tremendo a partir dos anos 1920. “Busquei, a partir de um estudo do consumo, entender justamente as contradições específicas da formação capitalista no Brasil. O desenvolvimento da cafeicultura, a proclamação da República, a instituição do trabalho livre criaram uma nova configuração de classes. De um lado estavam os filhos da elite e, de outro, os imigrantes enriquecidos pelo comércio”, explica. “Como consequência dessa nova hierarquia surgiram outros conflitos que exigiram novos comportamentos de classe que legitimassem as posições adquiridas e os devidos distanciamentos em relação aos ‘inferiores’ na escala social.”

O consumo, então, aparece como o instrumento legitimador das posições sociais, centrado nas importações em detrimento de tudo o que fosse nacional. “Com a presença mais forte do setor externo como fonte de novidades, a dinâmica diferenciação/ge-

Mappin Stores:
centro do
consumo de
importados para
a elite do café



TODAS AS FOTOS SÃO REPRODUÇÕES DO LIVRO LEMBRANÇAS DE SÃO PAULO/GERODETTI E CORNEJO



Destillação Italiana - S. Paulo

Operários da
Destilação
Italiana, de Luiz
Trevisan, 1900

neralização do consumo ganha novas formas. O movimento das classes do café dita o ritmo da aquisição das novidades, mas estas não conseguem ser produzidas internamente por causa da insuficiência técnica da base produtiva.” Será o setor importador, na contramão da lógica capitalista das metrópoles, a fonte do consumo de luxo, sinônimo de modernidade no contexto do nascimento do capitalismo no Brasil, dando acesso à última moda estrangeira. “O livre acesso aos produtos estrangeiros provoca uma separação, fundamental no contexto periférico, entre consumo capitalista e produção capitalista. São dois tempos que convivem em uma só sociedade: o tempo do capitalismo e o da sociedade tradicional.”

São Paulo, que mais tarde reunirá as raízes da concentração industrial, foi porém naquele período o caso exemplar de como o novo capitalismo nacional tinha características próprias que ainda são sentidas no presente. A cidade, observa a historiadora, sofreu grandes reformas urbanas, influenciadas pelo urbanismo higienista de Haussmann, realizadas por Ramos de Azevedo. São Paulo também foi transformada como consequência da promoção do café a produto principal da exportação bra-

sileira, o que fez dela um grande centro comercial e financeiro, incluindo-se a expansão da malha ferroviária e o acesso ao porto de Santos, para onde ia o café e chegavam os importados de luxo. Todos esses fatores acabaram gerando uma revolução comercial que acontecia nas lojas do chamado triângulo comercial, formado pelas ruas Direita, 15 de Novembro e São Bento, local onde estavam as lojas de importados e as de produtos nacionais, definindo, pelo consumo, o pertencimento a uma ou outra classe social. “Mas o que torna particular o estudo de São Paulo nesse momento é a vinda de uma enorme massa de imigrantes que não chegavam apenas para trabalhar no café do oeste, mas se instalaram na capital como comerciantes e homens de negócio. Essa transformação social foi crucial para determinar os caminhos do consumo, já que a concorrência entre as frações da elite tradicional e a ascendente se manifestava na aquisição de bens, e não mais apenas em privilégios imateriais como o nome de família. A legitimação da conquista de novos postos passou a se dar pelo consumo, num movimento tipicamente capitalista.”

Todo esse movimento foi acelerado com a transferência da elite cafeeira da área rural para a capital a partir de 1890, que resultou na modernização urbana,

com a instalação da luz elétrica, a redefinição do espaço urbano em busca de novas formas de distinção, ampliando as possibilidades comerciais. São Paulo passa a ser um bom lugar para investimentos nacionais e estrangeiros. “A concentração da elite na cidade torna a Pauliceia um palco excepcional para o teatro das maneiras e aparências e é possível observar-se uma crescente relevância e valorização do ‘abstrato e do simbólico’, não apenas na representação pessoal das pessoas desse grupo, mas também na forma como investem na estruturação física, funcional e arquitetônica da cidade”, observa a doutora em história Maria Claudia Bonadio, professora do Mestrado em Moda, Cultura e Arte e Bacharelado em Design de Moda do Centro Universitário Senac-SP, autora de *Moda e sociabilidade: mulheres e consumo na São Paulo dos anos 1920* (Editora Senac, 206 páginas, R\$ 55). Segundo ela, a chegada do dinheiro farto revoluciona a importância dos espaços públicos que, por sua vez, intensificam o consumo como forma de inserção em determinadas classes sociais. “A vida pública se intensifica, levando paulistanos a se preocuparem cada vez mais com a aparência em público.” O Teatro Municipal, obra monumental, maior e mais ostensivo que o Teatro da Capital Federal, é um exemplo da obra dita pública que, no entanto, estava reservada ao desfrute das elites. O movimento atingiu diretamente as mulheres, que ganham uma função extra: as compras. “Essa tarefa nasce da mudança das elites para os centros urbanos, o que fez os grupos familiares perderem suas funções produtivas e se tornarem unidades de consumo. Enquanto as fazendas haviam sido relativamente autossuficientes, apoiadas em contingentes de escravos e empregados, as famílias urbanas dependiam de bens de consumo e serviços oferecidos pelo mercado.”

Essa mudança, porém, ao fazer da mulher agente de consumo, permite que ela se aproxime do espaço público: sair sozinha para as compras já não é

“Os espaços se especializam, não só separando comércio da moradia, mas também ricos de pobres”

coisa malvista. Rapidamente, nota Claudia, a “tarefa” se aliará ao lazer e à individualidade feminina. “Naquele momento, a esfera do parecer era um espaço privilegiado de afirmação para a elite tradicional, também necessário para se distinguir de outras elites, como a emergente dos imigrantes.”

A classe responsável pela transição para a modernidade, a elite cafeeira chegada ao meio urbano, distinguiu-se de outras classes não apenas pelo seu poder aquisitivo, mas também por causa do seu “estilo de vida” evidenciado pelo uso dos bens de consumo como “capital simbólico”. Na relação entre consumo e indústria na periferia houve, como condição primordial, o abandono total de antigos padrões por parte da elite em favor

do consumo de gêneros estrangeiros, que vão de formas arquitetônicas até alimentos, para que se lhes conferisse o *status* necessário. “Ao mesmo tempo, porém, que se promove a supressão de traços do passado em alguns pontos da cidade, os despojos deixados pelos tempos coloniais continuam a se reproduzir em velocidade exponencial nas regiões dos nascentes bairros operários”, analisa Milena. O resultado, continua, é uma cidade que se moderniza e que reproduz uma nacionalidade em certo sentido contrária à moderna, sem a criação de instâncias inclusivas como forma de compensação da exclusão permanente gerada pelo capitalismo nascente. “Os espaços se especializam, não só separando diversão do trabalho, o comércio da moradia, mas também o rico do pobre.” Por volta de 1880

aparecem os primeiros bairros residenciais aristocráticos, localizados nos melhores terrenos da capital. De início, eles avançam em direção ao norte do maciço central, para o lado do Tietê e, depois, acompanham o bordo inferior, acima da baixada. Ali se instalaram os bairros de Santa Ifigênia e Campos Elísios, referência à avenida parisiense onde moravam muitas famílias brasileiras da elite. Do outro lado ficavam as chácaras que, com o tempo, viraram bairros compactos como Liberdade, Consolação e Vila Mariana.

“Ainda em finais do século XIX surgem outros bairros de habitação elitista como Higienópolis, dos aristocratas com fortunas saídas do café, que avançam rumo aos terrenos mais altos e saudáveis do planalto e também da avenida Paulista”, explica Milena.



Teatro Municipal na noite da sua inauguração em 12 de setembro de 1911



Rua 15 de Novembro, em 1911; palacete de dona Veridiana, no bairro de Higienópolis, em 1902; e residência na praça da República, em 1905



A avenida Paulista, no entanto, de feição elitista, se transformou num limite claro entre as fortunas acumuladas pelo café e as nascidas com a indústria. O fim da progressão cafeeira transferiu as fortunas para a indústria e o comércio, quase todos em mãos de imigrantes. A Paulista será o bairro residencial dos milionários dessa nova fase da economia paulista e a arquitetura do bairro deixará isso bem claro. Por fim, por volta de 1910, foram criados os bairros-jardins, que descem pelas escarpas próximas à várzea do rio Pinheiros, com feitiço europeu que em nada remetem aos modelos urbanísticos do passado, como o Jardim Paulista, Jardim Europa e Jardim América. “Enquanto isso, os bairros operários avançaram pelos terrenos ingratos das baixadas do Tietê e do Tamanduateí, com cortiços e vilas: Mooca, Brás, Pari, Ipiranga, Barra Funda, entre outros. Esses bairros populares provocavam uma fenda profunda na imagem europeia de cartão-postal que se pretendia construir para São Paulo.”

Uma forma encontrada para evitar essa presença incômoda era mergulhar em importados, em especial os franceses. Afinal, como dissera Gobineau, o brasileiro desejava apaixonadamente viver em Paris. “A preferência pelas mercadorias francesas, observada na elite colonial, ampliou-se no Império

e na República. Além de couros envernizados, batatas em sacas, automóveis, caixas de conhaque, barris de manteiga, tecidos de lã, papel para cigarros, água-de-colônia e outros, o comércio francês foi facilitado pelas mulheres modistas sempre francesas”, observa o economista Lincoln Secco, professor de história contemporânea da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP. “Para o escoamento desses produtos em concorrência com a Inglaterra e, depois com a Alemanha, havia toda uma rede em que comércio e representação consular se uniam. O Brasil era um dos alvos preferenciais na América para a exportação de produtos franceses e São Paulo mantinha agentes consulares que, por meio de relatórios e cartas enviados ao Ministério dos Negócios Estrangeiros, formavam uma teia de informação sobre entraves e possibilidades de negócios na cidade. A França jogava seus braços de influência cultural e, com isso, aumentava a fluidez no comércio dos produtos de suas indústrias”, analisa a historiadora econômica Vanessa dos Santos Bivar em seu doutorado *Vivre à St. Paul: os imigrantes franceses na São Paulo oitocentista*, defendido na USP, com orientação de Eni Siqueira Samara. A influência francesa, contudo, não se concentrava somente na elite. “Camadas medianas, homens e mulheres livres

e pobres, forros e escravos tinham a sua própria maneira de interagir com ela. Numa economia baseada no crédito, dependendo do tipo de relacionamento que se tinha no comércio, o produto se tornava mais tangível e nem todos os objetos franceses tinham grande valor, o que desmistifica a ideia de que os negócios e a cultura francesa ficaram restritos às elites.” Não sem razão, a importação de mercadorias francesas aumenta a partir de 1870, com seu ápice em 1890, ano em que a província se consolida como a maior exportadora de café do país. “A afirmação de *status* adota contornos burgueses, sem, no entanto, deixar de ser aristocrática em sua essência, postura herdada do período colonial e não superada na transição para o capitalismo”, nota Milena.

Que ameaça a elite cafeeira, porém, não é a recém-libertada massa de escravos, mas sim os imigrantes chegados da Europa e que, em pouco tempo, formaram fortunas. A cidade passou a experimentar uma incômoda mobilidade social à qual se associaram mecanismos de diferenciação que não os de sangue ou laços familiares. “A cidade capitalista, ainda que cidade periférica com seus enormes bolsões de exclusão social, amplia a possibilidade



de contato entre as diferentes classes, tornando ainda mais necessários outros mecanismos de criação e reprodução de diferenças”, explica a economista. Uma dessas formas foi a cultura. “Com o desenvolvimento do capitalismo surge a possibilidade de comprar a arte em quadros, livros, espetáculos musicais que se configuram em produtos de luxo, não do ponto de vista de sua escassez física, mas simbólica. Afinal, era fundamental, para se desfrutar deles, a posse de um gosto, para o qual se educava um indivíduo e a partir do qual se criava uma diferença entre os educados, ‘de gosto apurado’, e os leigos, capazes de comprar, mas não de usufruir da arte.” Assim, segundo a pesquisadora, se, na arquitetura, a distância social entre tradicionais e emergentes é mínima, já que as duas frações expressaram seu poder em palacetes suntuosos que valorizam o luxo e negam a privação, na indumentária e na cultura surgem incongruências entre éticas de trabalho com fundamentos distintos: uma que valoriza o trabalho e a privação social e outra que o desvaloriza, embora enalteça o trabalho mental. “A admiração pelas ‘ideias abstratas’, como disse Sérgio Buarque de Holanda, corresponde à forma moderna da ética do ócio emprestada da colônia. No lazer elitista, então, essa diferenciação é máxima, porque o capital social para a admiração de uma obra de arte não é fruto direto da ascensão econômica.” Daí decorrem, por exemplo, os gastos públicos com templos do consumo cultural, como teatros, óperas, museus, restaurantes finos e outros, lugares onde os “carcamanos” supostamente não saberiam se portar, apenas “macaqueando” as elites

de forma ineficiente. Se o consumo não era, por si, suficiente para deixar claras as diferenças, a cultura seria, pelo pensamento da época, definitiva.

“A simples posse dos bens não garantia o *status*. O que distinguiria e determinaria um grupo é a ‘honra estamental’ expressa pelo ‘estilo de vida’ e pela busca de privilégios, como o direito a dedicar-se a certas artes

por ‘diletantismo’. O grupo cafeicultor desenvolveu uma série de relações simbólicas que se transformam em marcas de distinção”, lembra Cláudia. Curiosamente, como se verifica hoje, a falsificação foi mais um elemento a obrigar as elites a inventar novas formas de se diferenciarem que não apenas pelo consumo de luxo. Só que, naquela época, essas formas alternativas acabaram determinando os rumos do desenvolvimento industrial. “A indústria nacional não dava conta da demanda por importados e era muito restrita, não apenas porque não possuía capitais próprios, tendo que depender sempre do setor agroexportador, mas também porque, na ausência desses capitais, a indústria se restringiu à produção de pentes, chapéus, tecidos, que, em sua maior parte, imitam padrões estrangeiros, fontes de *status*”, explica Milena. O parque industrial torna-se cada vez mais fragmentado e sua integração quase impossível, já que apenas uma concentração de renda, então inviável, seria capaz de reuni-lo. “As formas de compensação encontradas, a imitação e a falsificação, são produtos da lentidão da indústria nacional e sua incapacidade em generalizar os padrões.

Esses mecanismos escusos promovem a generalização dos padrões de consumo pelo país e permitem às camadas ascendentes a solução ideal para a falta de recursos e a sede de *status*.” Para a pesquisadora, esse é mais um exemplo de que comportamentos presentes na formação do capitalismo brasileiro continuam orientando ainda hoje hábitos de consumo e reconstrução de hierarquias, como se pode verificar

na pesquisa feita pela economista Karen Perrotta em seu doutorado *A preferência da marca no processo de decisão de compra do segmento de baixa renda*, defendida na FEA-USP sob orientação de Geraldo Toledo. “Mulheres com famílias de ganhos mensais até cinco salários mínimos optam mesmo é pela marca em suas compras, levando em conta o ‘valor’ que o produto representa para ela. Ela compra um achocolatado de marca para o filho, mas para fazer um bolo compra um de marca inferior. Mostrar ao vizinho uma embalagem de sabão em pó da marca mais conhecida pode significar ascensão social. Há uma nítida opção pela marca em detrimento do preço”, analisa a pesquisadora.

Isso ocorre agora em razão do passado. “Não se consegue explicar o desenvolvimento da dinâmica capitalista e a nossa modernidade apenas por ‘condições externas’, mas como o fruto de um projeto de nação específico. Nisso, o consumo, ao lado das transformações urbanas, foi um dos elementos centrais da modernidade periférica. A fusão de um projeto nacional específico portado pelas novas classes e facções de classes nascidas das transformações sociais de fins do século XIX, o modo como expressam o seu poder pelo consumo e, por fim, como este se reporta à base produtiva incipiente compõem a base de um capitalismo muito especial”, avalia Milena. Embora os produtos que alimentavam a diferenciação viessem do exterior, era a dinâmica interna do conflito de classes que direcionava os seus usos. “O consumo de importados, então, não se resume a uma mera aceitação passiva de oferta imperialista, mas a um arranjo interno entre as classes que direcionou não apenas o consumo, mas a sua relação com a indústria.” A antecipação do consumo em relação à produção seria uma das tantas explicações para o atraso e para a continuidade da dependência. “A modernização capitalista periférica, ao ser muito veloz, dá continuidade à exclusão. As funções de inclusão, ao serem deixadas ao sabor do mercado e sem uma base produtiva, reforçam as tendências espúrias de difusão e, logo, a continuidade da dependência”, completa Milena. Não se pode negar que o povo gosta mesmo é de luxo, ainda que isso seja a sua miséria. ■