

LAZER E CONSUMO CULTURAL DAS ELITES

Maria Cecília Spina Forjaz

Introdução

Este artigo resulta de uma pesquisa que investigou as práticas e representações acerca do lazer e consumo de bens culturais na área metropolitana de São Paulo em três segmentos sociais: a classe operária, a classe média e as elites empresariais (1).

Desses três segmentos sociais apenas os dados levantados acerca dos empresários foram analisados o que impossibilita, por enquanto, uma abordagem comparativa.

A amostra considerada circunscreveu-se no âmbito familiar de grandes empresários de São Paulo. Não foram selecionados pequenos ou médios empresários, embora haja diversidade de setores econômicos, apesar da hegemonia do setor industrial.

Foram entrevistados empresários (19), filhos(as) de empresários (18) e esposas de empresários (23), tendo em comum um altíssimo nível de renda familiar, superior a 60 salários mínimos (em novembro e dezembro de 1984) no caso da totalidade da amostra. Independentemente dos números, é possível avaliar como a amostra é representativa da elite empresarial paulista conhecendo alguns dos grupos econômicos envolvidos na investigação: redes de supermercados Morita e Pão de Açúcar, Indústrias Villares, Alpargatas, Metal Leve, Parahyba, Manah, Tabacow, Banco Itaú, jornal *O Estado de S. Paulo*, Lopes Consultoria de Imóveis, Drogasil e Copersucar entre outros.

A preocupação de evitar a inclusão na amostra de pequenos ou médios empresários está ligada à tentativa de obter uma representação fiel, embora sem validade estatística, do universo cultural e dos hábitos de lazer dos setores sociais economicamente dominantes. Pequenos e médios empresários participam das camadas médias da sociedade e apresentam outros padrões culturais e de lazer.

Das 30 mulheres entrevistadas apenas 11 se qualificaram como donas-de-casa e sete são estudantes. As outras 12 têm rendimentos próprios, além de serem esposas de grandes empresários, seja como pequenas empresárias (donas de boutiques, escolas, lojas de decoração e etc.) ou como executivas, seja nas próprias empresas, seja em outros grupos econômicos. Sendo assim, a população feminina apanhada pela amostragem da pesquisa não se caracteriza predominantemente pela atividade doméstica tradicional (apenas um terço delas), pois dois terços das entrevistadas são profissionais inseridas no mercado de trabalho ou estudantes, dispondo portanto de menor disponibilidade de tempo para o lazer.

Com relação aos estudantes é significativo o dado de que um expressivo número deles dedica algumas horas de seu tempo ao trabalho nas empresas da família. Essa experiência de trabalho precoce dos jovens herdeiros de grandes fortunas vem contrariar o imaginário popular que representa os ricos como aqueles que gozam do ócio na maior parte do tempo.

O trabalho desalienado

A questão do tempo de trabalho é básica numa pesquisa sobre lazer e vamos portanto constatar, através de duas tabelas como se distribui o tempo de trabalho durante a semana (Tabela 1) e nos fins de semana (Tabela 2) entre os três segmentos sociais abrangidos pela pesquisa, o que nos possibilita uma visão comparativa desse fenômeno:

Tabela 1: Horas de trabalho durante a semana.

	NS/NR	1 — 4 horas	4.01 — 8 horas	8.01 — 12 horas	+ de 12 horas	Não se aplica	Total
A	1 1,67	2 3,33	19 31,67	12 20,00	1 1,67	25 41,67	60
B	1 1,67	5 8,33	21 35,00	22 36,67	3 5,00	8 13,33	60
C	1 1,67	2 3,33	19 31,67	29 48,33	0 0,00	9 15,00	60
TOTAL	3 1,67	9 5,00	59 32,78	63 35,00	4 2,22	42 23,33	180 100,00

Tabela 2: Horas de trabalho no fim de semana

	NS/NR	1 — 4 horas	4.01 — 8 horas	8.01 — 12 horas	+ de 12 horas	Não trabalha	Não se aplica	Total
A	2 3,33	6 10,00	0 0,00	0 0,00	0 0,00	27 45,00	25 41,67	60
B	23 38,33	5 8,33	8 13,33	3 5,00	1 1,67	12 20,00	8 13,33	60
C	2 3,33	1 1,67	11 18,33	1 1,67	0 0,00	37 61,67	8 13,33	60
Total	27 15,00	12 6,67	19 10,56	4 2,22	1 0,56	76 42,22	41 22,78	180 100,00

Uma primeira observação genérica que salta aos olhos ao analisarmos essas tabelas é o grande número de horas dedicadas ao trabalho em todas as camadas sociais, apesar da maior concentração na classe operária. O fato de que mais de um terço dos entrevistados trabalha mais do que oito horas por dia durante a semana supera imensamente as medições já feitas para o mundo desenvolvido, seja nos Estados Unidos, seja na Europa. Da mesma maneira, é significativo o dado de que quase 20% deles trabalham também nos fins de semana.

Essas porcentagens elevadas de tempo de trabalho seriam mais acentuadas ainda se a amostra da pesquisa não incluísse um número elevado de estudantes e donas-de-casa que não participam da população economicamente ativa ou apenas participam marginalmente. O aumento do tempo livre e a diminuição do tempo de trabalho foram uma das conquistas das sociedades desenvolvidas que o Brasil ainda está longe de atingir.

Assim, mesmo nas classes dominantes do estado mais desenvolvido do Brasil, o trabalho é uma constante da existência social, e a descrição das rotinas diárias dos entrevistados vem confirmar os dados fornecidos pelas tabelas acima. A imagem popular tão difundida do empresário ou do homem rico como aquele que desfruta de longas horas de lazer não corresponde exatamente à realidade. É evidente que o espaço e o tempo de lazer são muito maiores entre as elites, mas isso não significa que haja entre elas longos períodos de ócio ou de tempo livre.

Mais do que uma diferença quantitativa de número de horas trabalhadas (que também existe) o que distingue os empresários dos outros estratos é a capacidade de maior controle sobre o próprio ritmo de vida. Eles são menos submetidos a horários impostos externamente à sua vontade e relativamente mais autônomos para determinar os ritmos da própria vida cotidiana. Podem escolher horários de trabalho menos congestionados, aproveitar o almoço para resolver problemas de negócios, assim como utilizar acontecimentos sociais para entabular negociações referentes às empresas.

Mas se por um lado os empresários têm a possibilidade de ritmar a própria vida com mais autonomia do que a maioria dos cidadãos, totalmente dominados pela cadência própria do sistema produtivo, em contrapartida a ruptura lazer/trabalho é menos nítida. Ou seja, as preocupações relativas à empresa não estão rigidamente contidas num horário determinado de trabalho, mas perpassam praticamente a totalidade

do tempo, inclusive aquele formalmente destinado ao descanso ou lazer ("A cabeça está mentalmente ocupada 24 horas por dia com a empresa"). Essa espécie de perenidade do trabalho, que coexiste com a relativa capacidade de dominar seu próprio tempo, faz dos empresários os mais atingidos pelo stress e pela estafa, doenças típicas da sociedade pós-industrial.

A impossibilidade de "desligar" dos problemas da empresa e a necessidade quase permanente de maximizar o capital, freqüentemente faz com que os empresários tentem transformar em diversão atividades que fazem parte da produção do lucro: "Desenvolveu-se uma coisa curiosa em que o lazer, quer dizer um certo descanso mensal, é *mudar de atividade de trabalho*. Eu considero que meu principal lazer é quando eu, anteriormente e ainda hoje, deixo os trabalhos comerciais de uma grande sociedade anônima e vou cuidar dos problemas e vou trabalhar nas atividades rurais das propriedades particulares e das propriedades da própria empresa. Eu considero então, um sábado e um domingo de trabalho nas fazendas a minha principal fonte de lazer" (2).

Esse empresário não pára de trabalhar nos fins de semana mas atribui a esse "outro trabalho" a qualidade de diversão, de distração, até de repouso. Ele está administrando, gerindo, controlando a produção nas fazendas, mas vivencia simbolicamente esse trabalho alternativo como desfrute do lazer e como descanso.

A ocupação dos fins de semana para a realização de tarefas complementares às atividades empresariais é muito comum, tais como a leitura de relatórios, o planejamento da agenda semanal e principalmente o acúmulo de informações necessárias para o bom gerenciamento dos negócios, através da leitura de jornais, revistas, livros e outras publicações especializadas.

Quando solicitados para definir "o que é o trabalho", os empresários e seus familiares não atribuem a ele significados negativos e não associam a idéia de trabalho com a de sofrimento, imposição ou obrigação. Pelo contrário, há uma aproximação positiva entre trabalho e criação, divertimento, realização, satisfação e até prazer. O ócio, o não fazer nada, a ausência de trabalho é que são desvalorizados e não existe no mundo empresarial a dicotomia lazer/trabalho como o correspondente da dicotomia prazer/dor. Essas duas noções se embaralham e seus limites perdem nitidez. A concepção bíblica e cristã do trabalho como a condenação da humanidade, como o castigo devido para a expiação do pecado, não faz parte do universo ideológico empresarial.

Como a satisfação de todas as necessidades, incluindo o repouso, está plenamente garantida para as classes empresariais, não existe entre elas uma vinculação estreita entre a idéia de trabalho e a de produção de subsistência, assim como também não existe uma ligação necessária entre trabalho e obrigação, no sentido de algo que nos é imposto contra a nossa vontade. Ao invés disso, os empresários chegam a distinguir, a estabelecer uma cisão entre o conceito de trabalho e o de obrigação: "Toda obrigação é chata, mas trabalho dá bom humor" (3).

O trabalho aparece como o reino da liberdade, da escolha, da opção, da dedicação voluntária, exatamente porque esse é um dos únicos segmentos sociais onde existe concretamente a possibilidade de escolher uma atividade, de selecionar algum tipo de ocupação entre várias alternativas, sem estar totalmente constrangido pela necessidade. O empresário pode delegar tarefas desagradáveis e reservar para si aquelas que lhe dão mais satisfação. Além disso, os questionários demonstraram que os dirigentes empresariais costumam diversificar constantemente as suas atividades, podendo assim evitar a rotina e a repetição enfadonha.

Ao contrário da diversidade das ocupações empresariais, o trabalho dos operários na sociedade industrial moderna se caracteriza pela repetição monótona do mesmo tipo de tarefa numa linha de montagem, dado o parcelamento crescente das atividades produtivas. Desse tipo de trabalho, chamado por Georges Friedmann (1972) de "trabalho em migalhas" estão totalmente excluídas a variedade, a criatividade, a iniciativa e a responsabilidade. Esses atributos que os operários buscam reconquistar no lazer, são exatamente os componentes que os empresários afirmaram estar presentes nas suas atividades de trabalho.

Para quem não precisa se preocupar com as contas a pagar, o trabalho em doses adequadas pode até se transformar em terapia ou em forma de aferição da capacidade individual, conforme as declarações da ex-mulher de um grande industrial. As esposas de empresários em geral desprezam as funções tradicionais de donas-de-casa e um grande número delas combinam os cuidados com os filhos e com a administração da economia doméstica com atividades profissionais remuneradas. Das 30 mulheres entrevistadas, 7 são estudantes, 11 são donas-de-casa e 12 conciliam as funções domésticas com algum tipo de trabalho remunerado.

Para as mulheres das camadas empresariais, muito mais do que para os homens, o trabalho tem a conotação de diversão, entretenimento, realização de potencialidades criativas e fuga da escravidão doméstica. Aliviadas das tarefas mais subalternas do *ménage* pela presença das empregadas domésticas, ainda abundantes em São Paulo, elas podem se dedicar à arte, à cultura, à literatura, ao aprendizado de línguas, assim como às atividades sociais que são complementares da gestão empresarial dos maridos.

Quanto aos estudantes (principalmente os do sexo masculino), também não predomina uma vida de *dolce far niente* e percebe-se precocemente um envolvimento deles na administração empresarial, como estagiários, auxiliares e uma série de outras formas de inserção na vida das empresas. Essa iniciação dos jovens herdeiros pretende transmitir desde cedo o gosto e a

responsabilidade pela continuidade do patrimônio e funciona ao lado da educação formal (obtida prioritariamente em faculdades de Administração, Engenharia e Economia) como um aprendizado empírico de enorme relevância.

Foi uma atitude bastante genérica entre os estudantes entrevistados valorizar exatamente a experiência profissional de gestão empresarial e desvalorizar as atividades ligadas à universidade: "O que mais gosto é ir para a fábrica (já que não gosto muito de ir à faculdade). Porque gosto de ver a produção do ritmo e do trabalho de um modo geral" (4).

A noção e a vivência do lazer

Para esse grupo privilegiado da sociedade, onde pode haver algum domínio sobre o próprio tempo e onde o trabalho pode ser vivenciado como atividade que dá prazer e satisfação, como se caracterizam as práticas definidas como lazer *stricto sensu*? O que fazem os empresários para se divertir — ou a que se dedicam eles — quando não estão trabalhando? (Já que frequentemente eles também se divertem durante o tempo considerado de trabalho)

Englobando os três grupos abrangidos pela amostra, ou seja, empresários, esposas e filhos de empresários como um todo e portanto sem estabelecer distinções de sexo e faixa etária, obtivemos a seguinte escala de prioridades (em ordem decrescente) nas práticas de lazer e consumo cultural afirmadas nos questionários (5):

Atividades	Frequência
1.º) Leitura	74
2.º) Cinema	67
3.º) Televisão e rádio	61
4.º) Comer, beber e dançar (restaurantes, bares, boates, etc.)	54
5.º) Esporte, ginástica, dança e outros exercícios físicos	48
6.º) Viagens	34
7.º) Teatro	32
8.º) Convivência social e afetiva com amigos e colegas	31
9.º) Ouvir, tocar ou estudar música (<i>shows</i> , concertos, rádio, etc.)	30
10.º) Visitas (fazer ou receber)	30

Essas são as atividades a que mais se dedicam as famílias de empresários no tempo definido como de não trabalho e seria interessante mapear também as práticas *menos* citadas por eles:

Atividades	Frequência
Atividades religiosas	1
Criar e cuidar de animais e plantas	1
Serviço doméstico e manutenção da casa	2
Passeios	4
Trabalhar	5
Fazer compras	5

A observação dessas seqüências nos conduz a uma conclusão inequívoca, ou seja, o lazer dessas famílias das classes dominantes está estreitamente associado ao consumo cultural. A leitura, o cinema, a televisão e o rádio são as formas predominantes de divertimento ou de ocupação do tempo livre.

Aquelas formas de entretenimento produzidas no espaço doméstico e familiar envolvendo a afetividade e a sociabilidade (tais como visitas, reuniões, ou simplesmente bater papo, conversar, conviver) aparecem com frequência bem menor e não constituem o padrão dominante de lazer entre as elites entrevistadas.

O fato de que a leitura apareça em primeiro lugar indica que esse segmento das elites pretende ser eminentemente intelectualizado, mas afirma também a idéia, já bastante difundida, de que a fruição cultural é símbolo de *status* no Brasil. Ou seja, o acesso à cultura erudita e a fruição estética são uma das formas de distinção social: "A estética das classes superiores é marcadamente 'intelectualizada' em contraposição ao 'funcional' do gosto popular. Evidentemente esta qualidade de intelectualização decorre de uma competência adquirida, de um capital escolar e cultural que é distribuído socialmente de maneira desigual" (Ortiz, 1985, p. 75). A fruição intelectual da leitura e do cinema como formas privilegiadas de lazer aparece exatamente numa amostra de membros das elites empresariais com altíssimo grau de escolaridade e que detém níveis elevados de capital escolar e cultural.

Quando perguntados sobre a leitura de jornais 83,33 % deles afirmaram lê-los diariamente, e nenhum respondeu que não lê jornais. A frequência de leitura de revistas semanais de atualidades (do tipo *Veja*, *Isto É*, *Time* etc) também é muito intensa, pois quase 90 % disseram ter o hábito da leitura semanal desse tipo de publicação.

No que se refere aos livros a intensidade da leitura diminui sensivelmente, embora ainda revele altas taxas de consumo. O tipo de leitura preferido é a literatura digestiva dos *best-sellers*, que foi apontada como predileta por quase 40 % dos entrevistados. As mulheres, mais do que os homens, consomem essa modalidade de leitura e frequentemente a denominada por eles "literatura de *best-sellers*" se constitui como um gênero literário: "O tipo de livro que mais gosto é o gênero *best-sellers*". A obra de um grande número de autores já catalogados e reconhecidos previamente como "mais vendidos" (entre os quais se destacaram Agatha Christie, Harold Robbins, Sidney Sheldon e Jorge Amado) é o critério de seleção para a aquisição de livros. Por ocasião da realização das entrevistas em profundidade com empresários, que antecedeu à coleta de dados através da aplicação dos questionários, ficou evidente o esforço de maximizar o tempo e o valor concedido à leitura e, por oposição, à tentativa de camuflar e minimizar o tempo de exposição à televisão. Por exemplo, os empresários tinham escrúpulos em confessar que assistiam a algumas novelas de televisão e buscavam mascarar essa prática afirmando ou que o faziam simultaneamente à leitura de jornais e revistas ou desprezando o enredo da novela e valorizando o "desempenho artístico" de alguns atores.

Essa atitude de valorizar a cultura erudita (expressa pela leitura) e desvalorizar a cultura de massas (expressa pela televisão) volta a aparecer nos questionários com grande nitidez. Diante da pergunta: "O que o sr(a) faz para se divertir", uma porcentagem insignificante dos respondentes cita a televisão. Perguntados logo em seguida sobre o que fazem após o jantar, os

mesmos respondentes declararam com grande freqüência que assistem televisão. Essa percepção preconceituosa da cultura de massa é analisada por Umberto Eco: "Por seu lado, uma cultura burguesa — no sentido em que a cultura 'superior' é ainda a cultura da sociedade burguesa dos últimos três séculos — identifica na cultura de massa uma 'subcultura' que não lhe pertence, sem perceber que as matrizes da cultura de massa ainda são as da cultura 'superior' (Eco, 1970, p. 24 e 25).

O fato de que o cinema apareça em segundo lugar nas preferências dos entrevistados aponta na mesma direção, principalmente considerando que as pesquisas recentes feitas na Europa e nos EUA evidenciam a ampliação crescente das despesas feitas com "máquinas culturais domésticas" em detrimento do montante de recursos canalizado em favor dos bens e mensagens culturais comercializados fora de casa. Ou seja, para os membros das elites empresariais entrevistados, ir ao cinema é mais "nobre" e demonstra um maior padrão cultural do que assistir televisão. O cinema tem a conotação de atividade artística, é a sétima arte, enquanto a televisão é menos considerada na hierarquia do gosto sofisticado.

Quanto ao teatro, que aparece em sétimo lugar na escala de prioridades do lazer, como constatamos acima, a tabela que se segue demonstra também uma freqüência ainda bastante acentuada, apesar de bem inferior à do cinema:

Tabela 3: Freqüência ao teatro.

	Não	Rara- mente	De vez em quando	Pelo menos 1 vez ao mês	Total
A	6 10,00	15 25,00	21 35,00	18 30,00	60
B	20 33,33	16 26,67	14 23,33	10 16,67	60
C	51 85,00	4 6,67	4 6,67	1 1,67	60
Total	77 42,78	35 19,44	39 21,67	29 16,11	180 100,00

A pesquisa revela também que os entrevistados não costumam ir sozinhos ao cinema e nem ao teatro. São atividades culturais que envolvem a sociabilidade e que não se pratica de forma individualizada. Portanto, ir ao cinema ou ao teatro não tem exclusivamente o sentido de fruição artística ou mesmo de distração leve e descompromissada. São oportunidades para a convivência familiar e/ou social. É um hábito muito freqüente desse grupo social começar uma noitada nos cinemas ou teatros e esticar em seguida o programa para bares, restaurantes e boates, reunindo em geral grupos de casais amigos.

A situação dos "descasados" ou celibatários nos locais públicos dedicados ao lazer, especialmente restaurantes, bares e boates ainda é um pouco incômoda na boa sociedade paulistana. Diferentemente dos países europeus, é muito difícil ver uma mulher sozinha nessas situações. O padrão absolutamente dominante é o de grupos de casais que fazem programas

conjuntamente.

A menção reiterada à frequência a restaurantes, bares e boates vem confirmar a idéia generalizada de que "distração de paulista é jantar fora". Nesse aspecto as elites não se distanciam muito das preferências gerais da população paulistana, já que tomando a amostra total da pesquisa, que engloba também os setores médios e populares, o lazer associado à comida, à bebida e à dança ocupa o primeiro lugar. A comida, a bebida e a dança são componentes universais da noção de "festa", que por sua vez é uma categoria muito próxima da idéia de lazer, prazer, fruição e gozo. Nas mais diversas culturas, ao longo da evolução histórica, desde a civilização grega até às tribos indígenas brasileiras, as festas, os ritos, as liturgias configuravam uma combinação do dançar, do comer e do beber. Na sociedade industrial moderna, embora quase totalmente dessacralizadas e laicizadas, essas práticas continuam tendo, para todas as classes da sociedade, a conotação de formas de produção do prazer, do entretenimento e da sociabilidade.

A noção de "festa" inclui também um certo sentido de "comunhão", de participação conjunta, de conagração. A "festa" enquanto acontecimento social, tem um caráter laicizado de antigos cultos onde a comunidade se reunia, se reconhecendo enquanto tal e onde cada indivíduo se identificava como membro dessa mesma comunidade, mediante os atos de comer, beber e dançar conjuntamente. Esses atos também expressavam, tornavam transparente os valores, hábitos, costumes e manifestações estéticas comuns àquela comunidade.

Comer, beber e dançar são práticas socialmente vinculadas ao prazer de uma maneira generalizada, o que não implica absolutamente nenhuma homogeneidade no modo de fazê-lo entre os distintos segmentos sociais. Da mesma forma, varia muito o tempo e os recursos econômicos disponíveis para essas práticas. Mais adiante voltaremos a uma análise mais detalhada sobre como e onde as classes abastadas costumam comer, beber e dançar para se divertir, assim como sobre os demais itens considerados como importantes formas de lazer.

Essa descrição genérica dos hábitos de lazer e consumo cultural nos fornece uma visão do conjunto do setor empresarial que não apanha as especificidades relativas aos três diferentes grupos incluídos na amostra, ou seja, os estudantes (de ambos os sexos), os empresários (do sexo masculino) e as esposas de empresários. Fazendo essa distinção por sexo e faixa etária obtivemos a seguinte distribuição:

O quadro revela que os homens entrevistados gozam de lazer corri uma intensidade muito menor (122) do que as mulheres e estudantes, cuja disponibilidade para o entretenimento é praticamente idêntica (170 e 169 respectivamente). Para os jovens (de ambos os sexos) as práticas mais mencionadas foram, comer, beber e dançar, seguidos do cinema, televisão e rádio e finalmente entre as atividades que concentram a preferência dos estudantes aparecem o esporte e outros tipos de exercícios físicos. A leitura não constitui atrativo maior desses jovens de famílias abastadas, provavelmente porque para eles ela pode assumir o significado de obrigação quando estiver vinculada às tarefas escolares. Quanto às mulheres, a ordem decrescente de prioridades é outra: leitura e cinema, que aparecem destacadas com uma grande concentração das preferências. Com uma frequência bem menor surgem depois a televisão e o rádio e logo a seguir a comida; a bebida e a dança.

Para os empresários temos a seguinte distribuição de preferências: leitura; esporte; televisão e rádio; e empatadas em quarto lugar aparecem as atividades ligadas à música e o cinema. Ouvir ou fazer música, aparece nesta amostragem como uma opção essencialmente masculina ou juvenil. O contraste é gritante com a mínima intensidade com que as mulheres afirmaram dedicar-se a ela, seja como ouvintes, seja como executantes. Esse dado revelado na pesquisa é no mínimo surpreendente, já que na socialização das mulheres de classes altas e médias a aprendizagem musical era considerada fundamental. O gosto pela música e a capacidade de tocar algum instrumento musical faziam parte da educação refinada e constituíam importantes símbolos de distinção social. Nessa medida causa estranheza o grande distanciamento da música manifestado pelas entrevistadas.

Uma hipótese que pode ser levantada diz respeito ao caráter impositivo e obrigatório da educação musical das moças de boa família. Raramente ela correspondia a uma escolha pessoal ou à realização de uma vocação Talvez por isso mesmo possa diminuir para as mulheres a dimensão de prazer estético associado à música. É interessante notar também que os compositores de música erudita ou popular eram tradicionalmente, e continuam sendo, do sexo masculino.

Outro contraste entre os sexos que aparece com grande nitidez se refere à atração pelas viagens como forma de lazer. Enquanto os jovens e as mulheres atribuem valor a essa atividade, os empresários o fazem com uma intensidade significativamente menor. Uma das explicações possíveis para essa atitude diferente em relação às viagens está no fato de que os empresários freqüentemente são obrigados a *viajar* como parte de sua rotina de trabalho. A frequência, a repetição e a associação dessa atividade ao trabalho poderiam retirar dela a conotação de divertimento, novidade, fuga da rotina e descoberta que são os significados atribuídos pelos jovens e pelas mulheres.

Tabela 4: O lazer, segundo o sexo e a faixa etária.

ATIVIDADES	FREQUÊNCIA			
	Estudantes	Homens	Mulheres	TOTAL
Lectura	16	24	34	74
Cinema	23	13	31	67
Televisão e Rádio	22	17	22	61
Comer, beber e dançar (restaurantes, bares, boates, etc.)	24	11	19	64
Esporte, ginástica, dança e outros exercícios físicos	21	19	8	48
Viagens	18	4	12	34
Teatro	8	6	18	32
Convivência social e afetiva com amigos e colegas	14	6	11	31
Ouvir, tocar ou estudar música (shows, concertos, rádio, gravador etc.)	15	13	2	30
Visitas (fazer ou receber)	8	9	13	30
TOTAL	165	122	170	457

Há ainda um grupo de práticas que estabelece distinções claras entre o comportamento masculino e feminino, a saber, o esporte, a ginástica, e outros exercícios físicos (estão incluídos nesta categoria, de "outros exercícios físicos" a dança, o judô, o caratê, o tai-chichuan, o cooper, e uma série de outras modalidades de exercícios). Os homens e estudantes se dedicam a elas com uma frequência imensamente maior do que as mulheres. Com relação a todas as outras categorias vinculadas ao lazer das elites empresariais não existem contrastes muito marcados entre os três segmentos considerados na amostragem.

Os fins de semana dessas famílias abastadas têm uma característica principal, ou seja, elas costumam viajar. Dos 60 entrevistados, 50 declararam que viajam com grande regularidade, seja para o litoral, seja para o campo. Um número muito elevado deles alterna, os fins de semana na praia e no campo, revelando possuir propriedades num e noutro lugar. Quando viajam para o campo referem-se com maior frequência a fazendas (próprias ou de amigos), mas também aparecem chácaras, sítios e casas de campo, em geral em localidades não muito distantes da cidade de São Paulo, tais como Itu, Valinhos, Campos do Jordão, Ibiúna, São Roque, Sorocaba, etc. As praias mais citadas foram as de Guarujá, Ilhabela, Ubatuba, Parati e Angra dos Reis.

Além de viajar muito fica evidente na investigação que os fins de semana desses setores sociais acontecem no âmbito familiar. O tempo socialmente destinado ao descanso e ao lazer é vivenciado na esfera da família, sendo muito escasso o lazer individualizado ou solitário. Não só nas famílias de empresários existe o hábito da reunião familiar aos domingos, mas nos três segmentos sociais investigados. Ocorre também com certa frequência a reunião dominical de familiares, amigos e namorados(as), o que nos leva a constatar que das 180 pessoas entrevistadas, 162 participam nos domingos, de uma espécie de ritual de convivência familiar, que às vezes não inclui apenas a familiar nuclear, mas abrange a família extensa. Além de viajar, as famílias dos empresários costumam nos fins de semana frequentar restaurantes, bares e boates (pubs, danceterias etc), assim como o cinema e o teatro. Referem-se também, com certa frequência, aos clubes.

No que se refere às férias existem diferenças no modo feminino de usufruí-las, em relação aos homens e estudantes. Embora o padrão geral seja o de viagens no Brasil e no exterior, as férias das mulheres estão condicionadas aos maridos e filhos: "As férias estão condicionadas aos filhos. Mas nas férias do marido viajo sem os filhos para o Sul, Argentina ou Estados Unidos". Essa citação é exemplar porque revela a dupla e hierárquica, determinação das férias dessa esposa de empresário. O descanso do marido tem prioridade sobre as necessidades e ritmos dos filhos e a esposa atende a ambos moldando suas próprias férias de acordo com a conveniência deles. O condicionamento aos filhos produz em geral duas temporadas de férias que coincidem com as férias escolares, sendo uma de verão e outra de inverno.

Para os empresários as férias são determinadas pelos negócios e pelas necessidades das empresas. O volume de férias é

muito menor que o das mulheres e freqüentemente elas constituem apenas um prolongamento de uma viagem de negócios: "Viagens internacionais, sendo que não são férias realmente. Quando tenho que viajar para fora do país a trabalho, estendo mais uma semana ou duas para passear".

Esse é um padrão dominante nos depoimentos dos empresários e essa subordinação aos interesses da empresa nos remete à análise feita anteriormente sobre a relação que eles têm com o trabalho. O modo dos empresários vivenciarem as férias reafirma aquela espécie de perenidade do trabalho, mas também demonstra a fusão das noções de lazer/trabalho. As viagens internacionais (ou mesmo nacionais) são ao mesmo tempo lazer e trabalho. É possível para os empresários conciliar suas atividades de negócios com seu divertimento. Eles têm as condições materiais e culturais para transmutar o lazer em trabalho e vice-versa. A posição que ocupam no sistema produtivo enquanto donos do capital e gestores das empresas, associada ao elevado *status* social que inclui altos graus de escolaridade formal e padrão cultural, dá aos empresários o privilégio de poder transformar o seu trabalho em atividade que traz algum prazer e satisfação. Uma reunião de negócios em Paris ou Nova York pode ser cansativa e tensa, mas também pode proporcionar momentos de relaxamento, satisfação e inovação. Mesmo quando o empresário em férias *não precisa* ocupar-se de sua empresa, ele manifesta satisfação por fazê-lo: "Viajo pelo Brasil ou vou ao exterior, nunca fico em casa. Aprecio em especial observar atividades ligadas aos negócios nos locais que visito, principalmente no exterior".

Outra particularidade das férias das elites está na possibilidade de fugir aos locais mais congestionados e infestados de "farofeiros". Existe uma especialização de regiões que por uma série de circunstâncias permanecem relativamente "reservadas" para elas, tais como loteamentos fechados no litoral, praias isoladas com acesso exclusivo por barco, cidades de acesso difícil e demorado etc. Além de selecionar determinadas regiões, as elites têm condições de escolher períodos de menor afluência, quando consegue fugir do *rush* das estradas. Pode viajar antes do grande fluxo de veículos e voltar depois dele, já que conta com autonomia para determinar a própria agenda de trabalho. Outra forma que as elites têm para fugir das grandes aglomerações e congestionamentos é explicitada por um dos empresários entrevistados: "Viajo com um roteiro não usual, ou seja, Rússia, Europa Oriental, centro dos Estados Unidos, enfim lugares não cotados no circuito internacional". Ou seja, fugindo dos centros da moda turística internacional, esse empresário garante para si a exclusividade, a tranquilidade e a originalidade.

Quanto aos jovens herdeiros de grandes grupos econômicos, as férias escolares são com freqüência transformadas num investimento cultural capaz de habilitá-los para as futuras funções de gestão empresarial: "Nas férias faço viagens ao exterior em busca de uma complementação da minha formação". O domínio de outras línguas, o conhecimento de outras culturas, o *savoir faire* no mundo desenvolvido, o contato com a moda, com os movimentos culturais de vanguarda e com as teorias econômicas e administrativas mais modernas faz parte intrínseca da socialização dos filhos dessas famílias abastadas.

Mas as viagens dos estudantes das elites não têm apenas essa conotação utilitária e encerram também uma dimensão de "curtição", de usufruto e descoberta do desconhecido, de afastamento da rotina cotidiana e de desafio. Não é apenas para adquirir cultura e refinamento que esses jovens viajam, mas também para relaxar, para se divertir, para satisfazer a curiosidade e para se permitir o imprevisto e o exercício da liberdade. É por isso que no seu discurso relativo às férias, várias vezes aparecem expressões como "viajar sem destino fixo", ou "viajar sem roteiro predeterminado".

Em alguns casos os estudantes alternam as viagens com o trabalho nos períodos de férias, ou seja, têm um comportamento semelhante ao de seus pais empresários: "Trabalho com o pai durante a semana e nos fins de semana viajo. Difícilmente faço viagens prolongadas, a menos que vá para o exterior", ou então: "Geralmente passo as férias em Recife, trabalhando e usufruindo o que elas podem oferecer".

Essa descrição das férias dos jovens pertencentes às elites é absolutamente coerente com as constatações da pesquisa a respeito de sua relação com o trabalho e de sua responsabilidade precoce nos negócios da família. O seu cotidiano nas férias está muito distante da imaginação popular que costuma visualizá-los como eternos desocupados e como aqueles que podem *não fazer nada*. Essa representação popular acerca dos ricos se estende também para os "tubarões" e as "madames".

Porém, o ócio e o "não fazer nada" são categorias repudiadas no discurso das elites, que, pelo contrário, legitimam a produção, a criação, a iniciativa e a atividade quanto às práticas da vida cotidiana: a descrição fornecida pelos 60 entrevistados também afasta a fruição do ócio por períodos muito prolongados. São exatamente as classes carentes da sociedade, que raramente podem desfrutar do ócio, que atribuem a ele um valor positivo e imaginam que as classes abastadas têm todo o seu tempo disponível para "morgar", para "lagartear".

O "não fazer nada" ou o ócio como uma forma de preencher os tempos de não trabalho é típico das classes trabalhadoras para quem o período livre de obrigações é muito escasso, assim como o tempo para o repouso. Já que o trabalho preenche espaços imensos de sua vida cotidiana (mais o tempo gasto no transporte para chegar ao emprego) não sobram períodos suficientes para o descanso, que invade então os fins de semana, feriados e férias, que em outras classes sociais são preenchidos pelo lazer e pelo consumo cultural. Além do aspecto da falta de tempo para o lazer, evidentemente os trabalhadores não têm dinheiro para gastar com divertimento, que quase sempre implica em adquirir bens ou serviços no mercado.

Outra das evidências de que o ócio não é valorizado e nem praticado pelas elites empresariais está no fato de que quando foram solicitados a descrever o seu fim de semana e as suas férias *não houve nenhuma* menção a ele. Da mesma maneira, os 60 entrevistados quando responderam às perguntas "O que o sr(a) faz quando não está trabalhando (ou quando está livre de obrigações?)"; ("o que o sr(a) faz para se divertir?"); e "o que o sr(a) faz depois do jantar durante a semana?", mencionaram o ócio apenas seis vezes, num total de mais de 600 respostas. (As perguntas admitiam respostas múltiplas.)

O calendário de ritos e celebrações

Qual é o calendário de festas, comemorações e celebrações que integram a cultura e a convivência familiar das elites entrevistadas? O Natal e o aniversário são as datas mais comemoradas e passamos então a descrever e a interpretar as significações sociais e culturais atribuídas a esses eventos.

O Natal aparece amplamente dissociado de uma conotação religiosa e apenas um dos entrevistados se referiu à prática de rituais ou cultos por ocasião dessa solenidade, eminentemente laicizada por esse setor urbano e altamente intelectualizado das elites empresariais de São Paulo. Porém, apesar de haver uma única referência a práticas religiosas *stricto sensu*, e embora o Natal seja predominantemente um acontecimento, social e de conagração familiar (fartamente estimulado pelos meios de comunicação de massa) ainda existe alguma identificação do Natal como uma festa de origem religiosa. Tanto é assim que quando solicitados a responder à pergunta: "o sr(a) comemora alguma festa religiosa?", as respostas são as seguintes:

DAS ELITES

Festas religiosas	Frequência
Natal	44
Páscoa	30
Não comemora	8
Festas judaicas	6
Outras festas	1
Finados	0
Semana Santa	0
Festas de cultos afro-brasileiros	0
Festas de santo padroeiro ou de devoção	0
Não sabe/Não respondeu	0

Portanto, o Natal é vivenciado e experimentado como uma comemoração leiga, mas ainda é reconhecido como uma festividade ligada à religião. A mesma pergunta feita a um ateu convicto provavelmente não produziria uma resposta que associasse o Natal ou a Páscoa a uma festa religiosa, embora elas fossem igualmente comemoradas. Outra indicação de que o Natal ainda guarda marginalmente um resíduo de celebração tradicional do culto católico está no fato de que ele também é percebido como uma festa religiosa por um entrevistado que não é católico e tem, portanto, visão externa do comportamento social dos católicos: "Não comemoro o Natal pois não é minha religião". Em outros termos, o não católico também dá ao Natal

uma conotação religiosa, ele não está ainda totalmente descristianizado.

As festividades natalinas constituem uma celebração essencialmente familiar e não envolvem apenas a família nuclear. Reúnem-se diferentes gerações e ramos colaterais; primos, tios e até parentes distantes. Frequentemente o Natal implica numa dupla ou tripla comemoração que se inicia na noite do dia 24 de dezembro e se encerra na noite do dia 25, englobando ceias, almoços e jantares, como bem o demonstra o seguinte depoimento: "Faço em casa uma ceia no dia 24 para os meus parentes. No mesmo dia 24 tem uma outra ceia na casa do irmão do meu marido. No dia 25 vamos almoçar na casa dos tios dele". Como cada família quer reunir todos os avós, pais e sogros, filhos, genros, noras e netos, às vezes não é possível conciliar toda essa parentela num só evento e daí a separação em festas diferentes. A troca de presentes, a excelência dos cardápios e a qualidade e volume das bebidas são sinais da abundância e da afluência que essas famílias abastadas podem exibir numa celebração algo semelhante às festas tradicionais das famílias patriarcais brasileiras. Em alguns casos, para reunir a família é preciso viajar (11,94% da amostra), mas quase 3/4 dos entrevistados festejam o Natal na cidade de São Paulo (73,13%), onde mora a maioria dos membros da comunidade familiar.

Quanto ao aniversário, apenas 7 dos 60 entrevistados deixam de comemorá-lo e a forma mais comum implica em festas ou reuniões onde convivem parentes e amigos. Sendo assim, os natalícios não são celebrações exclusivamente familiares e incluem um elenco mais amplo de relações sociais. O hábito de festejar o aniversário dos filhos é ainda mais difundido, tanto que apenas dois dos entrevistados (entre os que têm filhos) afirmaram não fazê-lo. Outro modo de celebrar a data do nascimento é "jantar fora" com os familiares e/ou amigos, em geral nos restaurantes mais sofisticados de São Paulo. Mas também aqui predomina (70%) a comemoração no âmbito doméstico, dentro do espaço privado da casa, do domicílio e não na esfera pública, "na rua".

A amplidão e a riqueza dos equipamentos das casas burguesas em São Paulo permitem que todas essas celebrações ocorram no interior da habitação, lembrando mais uma vez antigos hábitos e comportamentos menos modernos. Da mesma forma, a abundância de mão-de-obra doméstica possibilita a frequência de festas e cerimônias dentro de casa. Sem a "criadagem" isso seria bem mais difícil. As imensas mansões dos bairros ricos de São Paulo com jardins monumentais e grande número de empregados domésticos (*chauffer*, arrumadeira, cozinheira, copeira, faxineira, babá, mordomo, jardineiro, caseiro, vigilante etc) configuram uma imagem modernizada e urbanizada da antiga "casa-grande e senzala". As burguesias européias não têm hoje esse estilo de morar, nem essa numerosa criadagem, nem essa persistência da família extensa, que nos parecem traços culturais próprios da evolução histórica, brasileira.

O peso da família na determinação do lazer paulistano pode também estar influenciado pela presença italiana em todos os segmentos da sociedade. Vários dos empresários ou seus familiares entrevistados são de origem italiana, país que também preserva uma ampla sociabilidade familiar. No entanto, segundo Phillippe Ariès, a força do sentimento de família é um traço cultural generalizado no Ocidente e não sofreu transformações profundas até a atualidade: "O sentimento da casa é uma outra face do sentimento da família. A partir do século XVIII, e até nossos dias, o sentimento da família modificou-se muito pouco. Ele permaneceu o mesmo que observamos nas burguesias rurais ou urbanas do século XVIII. Por outro lado, ele se estendeu cada vez mais a outras camadas sociais (...). A vida familiar estendeu-se a quase toda a sociedade, a tal ponto que as pessoas se esqueceram de sua origem aristocrática e burguesa" (Ariès, 1978, p 271).

O Ano-Novo, a festa mais pagã do calendário de comemorações permite também perceber a incrível persistência e força dos liames familiares entre esse setor da elite entrevistada. Ouçamos um jovem estudante e um empresário respectivamente: "Costumo passar o Ano-Novo com a família porque é o aniversário de minha irmã. Depois da meia-noite saio para ir a algum clube ou festa" e "Passo a meia-noite com toda a família e depois saio para boates, clubes, etc.". Em termos percentuais, apenas 10% revelaram comemorar a passagem do ano sem a família.

O hábito de viajar nessa ocasião é bastante frequente, mas ele não implica na dissolução da comunidade familiar. As casas de campo ou de praia também são suficientemente amplas para abrigar muitas pessoas. Os feriados do Ano-Novo, assim como do Carnaval, são novas oportunidades para desfrutar da natureza, do ar puro, do convívio com os animais e plantas assim como para as práticas esportivas e os exercícios físicos que garantem a boa saúde e a estética corporal. Mas tudo isso pode-se fazer mantendo a convivência familiar: "Eu tenho a vida muito ligada ao Guarujá. Eu sempre tenho um ou dois filhos lá, com as crianças e tudo".

Mas o grande esforço despendido pelos entrevistados para cultivar a sociabilidade familiar também está vinculado às funções econômicas da família na sociedade capitalista: "Na qualidade de laço genealógico, ela garante a continuidade pessoal, na medida em que está ancorada juridicamente na livre transmissão hereditária da propriedade (...). O casamento não podia deixar de levar em conta, na medida em que a família é sustentáculo do capital, todas as considerações relativas à conservação e ampliação do mesmo" (6).

O domínio sobre o patrimônio comum e a preservação dele exigem a harmonia e o contato permanente entre os herdeiros e seus cônjuges. Mais do que isso, é preciso fazer com que as relações sociais garantam não só a manutenção, mas se possível, a reprodução ampliada do capital. É nessa lógica que se inscreve o fortalecimento dos laços familiares, assim como a convivência social com os "iguais", em suma com outras famílias burguesas. É exatamente isso que um dos entrevistados disse com palavras simples: "Eu tenho três filhos homens e três mulheres Todos eles se casaram com pessoas que se adaptaram perfeitamente — *do mesmo nível da gente* (grifo nosso). Então, todo mundo se dá bem. Basta dizer que agora em junho eu fiz uma reunião em casa, e estavam todos. Todos significa 30 pessoas... filhas, noras, genros e netos. Então, passaram três dias lá, foi um fim de semana

mais comprido; tivemos sorte, porque o tempo estava muito bom e não houve o menor atrito — nada. Então, isso é um prazer muito grande".

Como se comportam esses empresários no Carnaval? Quais são suas atitudes em relação à maior festa popular brasileira? Será que também por suas elites o Brasil é o país do Carnaval? Os questionários e as entrevistas fazem entrever três atitudes principais. A majoritária é aquela, que evita, que foge, que não se identifica, com o Carnaval. Ele é usufruído como um feriado prolongado que permite viajar e/ou "curtir" todas aquelas atividades e práticas de lazer e consumo cultural mencionadas no início deste trabalho.

Essa fuga do Carnaval envolve o medo das multidões, o temor da promiscuidade com as classes populares que saem às ruas para festejar. Uma frase curta, irônica, e metafórica exprime bem essa postura: "Não faço nada no Carnaval. As estradas ficam perigosas". Alguns preferem, por essas mesmas razões, a busca do isolamento e da tranquilidade, permanecer na cidade de São Paulo exatamente no período em que a grande parte da população viaja. Nessa época é possível frequentar o cinema, o teatro, *shows* e concertos sem enfrentar filas ou congestionamentos de trânsito. Navega-se no contrafluxo das grandes massas urbanas, mesmo porque existe a possibilidade de viajar em outras ocasiões

O segundo tipo de atitude pode ser qualificada de contemplativa, ou seja, assiste-se a um espetáculo. Mas não se participa como personagem. Os melhores exemplos são dados por aqueles que vão assistir aos desfiles das escolas de samba no Rio de Janeiro, ou mesmo pelos que declararam ver o Carnaval pela, televisão.

Um grupo minoritário de entrevistados e que se concentra entre os jovens, participa efetivamente do Carnaval, mas sempre em locais selecionados para as elites, tais como bailes de clubes, desfiles de fantasia, blocos de escolas de samba em cidades do interior, onde não existem grandes conglomerados populares. A recusa do Carnaval que aparece nos questionários e entrevistas realizadas coincide perfeitamente com as constatações feitas por Roberto Da Matta a esse respeito: "A inversão do Carnaval brasileiro é, como vemos, diversa da do Carnaval americano. Aqui, a brecha que a sociedade abre em sua rotina transforma os marginais e inferiores (que, no Brasil, muito significativamente são chamados de 'indivíduos', isto é, alguém sem ninguém e sem posição social) em pessoas (que não são as donas do sistema), em indivíduos (isto é, numa massa justaposta e indiferenciada de cidadãos, todos com os mesmos direitos para cantar, dançar e brincar algo que é contrário à ideologia hierárquica, brasileira) Assim, não é por acaso que durante o Carnaval *grupos de pessoas de classe média e classe alta deixam a cidade*, por 'não poderem suportar o Carnaval' ou 'a transformação da cidade num grande pandemônio'" (grifo nosso) (Da Matta, 1979).

A "cultura somática" das elites

Outro setor de atividades abordado pela pesquisa diz respeito aos cuidados com o próprio corpo, incluindo, desde a prática esportiva, a ginástica e outros tipos de exercícios físicos, até as práticas especificamente ligadas à estética corporal. Percebe-se claramente pelas respostas dos entrevistados que há uma correlação entre a posição na hierarquia social e a atenção dedicada ao próprio corpo, ou seja, ela é tanto maior quanto mais alto se está na escala da sociedade.

Pesquisas realizadas na França sobre a "cultura somática" indicam essa mesma correlação e a explicação dada a esse fenômeno por Luc Boltanski é a seguinte: "A medida que se sobe na hierarquia social, que cresce o nível de instrução e que decresce correlativa e progressivamente o volume de trabalho manual em favor do trabalho intelectual, o sistema de regras que regem a relação dos indivíduos com o corpo também se modifica: quando sua atividade profissional é essencialmente uma atividade intelectual, não exigindo nem força nem competência físicas particulares, os agentes sociais tendem primeiramente a estabelecer uma relação consciente com o corpo e a treinar sistematicamente a percepção de suas sensações físicas" (Boltanski, 1979, p. 168).

Essa relação diferencial com o corpo, socialmente determinada, significa que para as elites é preciso cultivar o próprio corpo; é preciso treiná-lo para compensar a subutilização dele nas atividades de trabalho. No caso brasileiro, isto é, de um país periférico e pobre, caracterizado por uma sociedade tremendamente hierarquizada e com a riqueza essencialmente mal distribuída, o baixo índice de "cultura somática" das classes populares está também ligado ao baixo nível de renda. Frequentar clubes, praticar esportes ou fazer ginástica exige tempo e dinheiro, atributos escassos entre os trabalhadores brasileiros. É mais um dos privilégios das elites a possibilidade de uso lúdico do próprio corpo de forma regrada e intencional .ou voluntária.

A preocupação com a própria aparência, a "elaboração do visual" é outra dimensão importante da cultura somática das elites entrevistadas. Há uma enorme diversidade de práticas efetuadas com a intenção de atingir a beleza, independentemente das intenções estéticas que também estão incluídas nas práticas esportivas. Saunas, duchas, massagens, cabeleireiros etc. constituem um arsenal de técnicas a que as elites recorrem para produzir a própria imagem. Evidentemente, a saúde está incluída nessas condições que colaboram para a obtenção de uma aparência bonita.

As elites tentam construir uma aparência física, adequada aos padrões estéticos que elas mesmas elaboram, e que passam a constituir modelos de excelência para a sociedade como um todo. Exemplo desse comportamento está na valorização da magreza, que passa a constituir um dos componentes da estética corporal das classes altas: "A valorização da 'magreza' cresce quando se passa das classes populares às classes superiores, ao mesmo tempo que cresce a atenção dada à aparência física e que decresce correlativamente a valorização da força física, de maneira que dois indivíduos da mesma corpulência serão considerados como magros nas classes populares e gordos nas classes superiores" (Boltanski, 1979, p. 169).

Os padrões de beleza das classes dominantes incluem a tentativa de branqueamento e europeização: pele clara (apesar de que o tom bronzeado da pele é hoje em dia legitimado, pois indica acesso freqüente ao litoral ou aos banhos de piscina), cabelos lisos, olhos claros, lábio e nariz finos, enfim tudo aquilo que não faça lembrar os traços negros e índios constitutivos da nacionalidade brasileira, são características valorizadas pelas elites.

Um dos principais símbolos do "caráter nacional brasileiro", o erotismo tropical, encarnado, por exemplo, em Macunaíma, não aparece em nenhum momento na investigação. Esse "herói sem nenhum caráter", que vive com preguiça, gosta muito de "brincar", isto é, manter relações sexuais. Está feita aí a associação da idéia de brinquedo, ou seja, de lazer, com a idéia de sexo. Porém, Macunaíma (Andrade, 1937) é um mito popular e o erotismo permanente que ele encerra não permeia o discurso das elites que foram entrevistadas.

É evidente que a persistência de uma moral católica e repressiva tolhe as manifestações e opiniões sobre essa matéria. Mesmo assim, seria de se esperar que uma pesquisa que busca, qualificar todas as formas de divertimento, incluísse alguma referência a essa dimensão do prazer humano. Nos parece que o silêncio quase total a esse respeito ilustra alguma coisa. Os empresários e seus familiares, quando estimulados a descrever todas as suas modalidades de divertimento e todas as maneiras de preencher o seu tempo livre, nenhuma vez fizeram referência explícita à sexualidade. Mesmo entre os jovens, raramente houve manifestações sobre o namoro. Esse ascetismo do discurso das elites indica uma relação com o próprio corpo que ainda está muito imbuída da moralidade e das proibições judaico-cristãs.

Herbert Marcuse considera a deserotização da sociedade industrial como um fenômeno generalizado e vinculado diretamente às transformações na produção, ao progresso técnico: "A mecanização também 'poupou' a libido, a energia dos Instintos da Vida — isto é, afastou-a de formas anteriores de realização (...) havia uma 'paisagem', um meio de experiência da libido que não mais existe. Com o seu desaparecimento (em si um requisito histórico do progresso), toda uma dimensão de atividade e passividade humanas foi deserotizada. O ambiente no qual o indivíduo podia obter prazer — que ele podia concentrar como agradável quase como uma zona estendida do seu corpo — foi reduzido" (Marcuse, 1968, p. 82-83).

Conclusão

Retomando rapidamente as principais características do lazer entre as elites empresariais de São Paulo, a pesquisa constata em primeiro lugar que para esse segmento social o lazer e o trabalho aparecem imbricados, não havendo fronteiras nítidas entre essas duas esferas da vida social. Trabalhar e divertir-se aparecem freqüentemente como atividades associadas.

Além disso, percebe-se claramente que para essas elites o lazer implica constantemente o consumo de bens da indústria cultural. Entre a multiplicidade e variedade de atividades vividas e sentidas como "diversão" pode-se distinguir — analiticamente duas dimensões principais:

1 - o lazer ou entretenimento que é *produzido* no espaço doméstico e familiar, envolvendo a sociabilidade e a afetividade (festas, comemorações, natalícios, bailes, visitas, jantares, etc.) e que não é totalmente redutível aos padrões e modelos impostos pela indústria cultural;

2 - o lazer ou entretenimento associado ao *consumo* de bens da indústria cultural (televisão, rádio, cinema, teatro, shows, discos, livros, revistas e jornais).

Essas duas dimensões aparecem imbricadas na experiência cotidiana dos agentes sociais que investigamos, mas sobressai, com clareza, o fato de que para as elites é predominante o entretenimento que implica, no consumo e, portanto, na aquisição de bens e serviços vendidos no mercado especializado da indústria cultural.

Entre os diferentes segmentos da indústria cultural os entrevistados demonstraram claramente preferência por atividades vinculadas à chamada "cultura erudita", privilegiando a leitura e o cinema, ou seja, atividades altamente intelectualizadas.

Outra característica marcante que a pesquisa revela é a permanência da sociabilidade familiar permeando o lazer das elites. São raras as práticas de lazer individualizado e o divertimento continua acontecendo privilegiadamente no âmbito da família.

Ressalta, ainda, nas entrevistas e nos questionários, um amplo investimento da burguesia nos cuidados com o próprio corpo. Importantes espaços do lazer são dedicados aos esportes e a outros tipos de exercícios físicos, assim como à "produção do próprio visual". Existe uma estética corporal, ou uma cultura somática própria das classes dominantes e uma boa parte do tempo de não trabalho é dedicada à "modelação" da aparência física segundo esses padrões estéticos.

Notas Biográficas

1 - Da equipe de pesquisadores envolvidos na investigação cada um se responsabilizou por um segmento social, da seguinte forma: classe operária — Gisela Taschner Goldenstein; classe média, ? Maria Arminda N. Arruda; elites empresariais — Maria Cecília Spina Forjai. O coordenador geral do projeto de pesquisa foi o Prof. Sérgio Miceli.

2 - Declarações do diretor presidente de uma grande indústria de fertilizantes.

3 - Declarações do diretor-presidente de uma empresa metalúrgica, e uma empresa elétrica.

4 - Declarações do filho do dono de uma grande empresa têxtil e química.

5 - Essa seqüência corresponde à condensação das respostas dadas a três perguntas consecutivas: P. 30 — O que o sr.(a) faz quando não está trabalhando (ou está livre de obrigações?) P. 31 ? "O que o sr.(a) faz para se divertir? P. 32 ? O que o sr.(a) faz depois do jantar durante a semana?

Bibliografia

- ANDRADE, Mário de. (1937), *Macunaíma: o herói sem nenhum caráter*. Rio de Janeiro, José Olympio.
- ARIÉS, Philippe. (1978), *História social da criança e da família*. Rio de Janeiro, Zahar.
- ____ & BEJIN, André (orgs). (1986), *Sesualidades ocidentais: contribuições para a história e para a Sociologia da sexualidade*. 2ª ed. São Paulo, Brasiliense.
- BOLTANSKI, Luc. (1979), *As classes sociais e o corpo*. Rio de Janeiro, Graal.
- BOSI, Ecléa. (1972), *Cultura de massa e cultura popular: leituras operárias*. Petrópolis, Vozes.
- BOURDIEU, Pierre. (1979), *La distinction: critique sociale du jugement*. Paris, Éditions du Minuit.
- ____. (1974), *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo, Perspectiva.
- CANEVACCI, Massimo (org.) (1984), *Dialética da família: gênese, estrutura e dinâmica de uma instituição regressiva*. 3ª ed. São Paulo, Brasiliense.
- DA MATTA, Roberto. (1979), *Carnavais, malandros e heróis: para uma Sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro, Zahar.
- DE CERTEAU, Michel. (1980), *L'invention du quotidien*. Paris, Union Generale d'Éditions (Collection 10/18).
- DEXTER, Lewis A.. & WHITE, David M. (eds.). (1984), *People, society and — mass communications* Nova York, Free Press.
- DUMAZEDIER, Joffre. (1957), "Ambigüité du loisir, et dynamique socio-culturelle". *Cahiers Internationaux de Sociologie*, 23; jan./jun., p. 75-96.
- ____. (1973), "Contenu culturel du loisir ouvrier dans six villes européennes". *Revue Française de Sociologie*, 4(1), jan./mar.
- ____. (1973), *Lazer e cultura popular*. São Paulo, Perspectiva.
- ECO, Humberto. (1970), *Apocalípticos e integrados*. São Paulo, Perspectiva.
- ____. (1969), *Obra aberta*. São Paulo, Perspectiva.
- FRIEDMANN, Georges. (1972), *O trabalho em migalhas* São Paulo, Perspectiva.
- GARCIA CANCLÍNI, Nestor (1982), *Las culturas populares en el capitalismo*. México, Nueva Imagem.
- HABERT, Angeluccia B. (1974), *Fotonovela e indústria cultural*. Petrópolis, Vozes.
- HOGART, Richard. (1967), *The uses of literacy: aspects of working class life; with special references to publications and entertainments*. Harmondsworth, Penguin.
- LAFANT, Marie Françoise. (1972), *Les théories du loisir*. Paris, PUF.
- LAFARGUE, Paul. (1965), *Le droit à la paresse*. Paris, Maspéro.
- LEFEBVRE, Henri. (1958), *Critique de la vie quotidienne*. Paris, L'Arche.
- LIMA, Luis Costa (org.). (1969), *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro, Saga.
- MACEDO, Carmem Cinira. (1979), *A reprodução da desigualdade*. São Paulo, Hucitec. 2ª ed. São Paulo (1986), Vértice.
- MARCUSE, Herbert. (1987), *A ideologia da sociedade industrial*. Rio de Janeiro, Zahar.
- MICELI, Sérgio (org.). (1984), *Estado e cultura no Brasil*. São Paulo, DIFEL.
- MORIN, Edgar. (1969), *Cultura de massas no século XX*. Rio de Janeiro, Forense.
- ORTIZ, Renato. (1985), "Rediscutindo o "popular". *Revista Presença*, 5, jan.
- PIZZORNO, Alessandro. (1959), *Acumulation, loisirs et rapports de classe*. Paris, Esprit.
- VERÓN, Eliseo. (1979), *Ideologia, estrutura e comunicação*. São Paulo, Cultrix.
- ____ et alii. (1969), *Lenguaje y comunicación social*. Buenos Aires, Nueva Visión.