

**O USO DOS CONCEITOS DE PIERRE BOURDIEU NA ANÁLISE DO
JORNAL *BEIRA-MAR***

**THE USE OF PIERRE BOURDIEU'S CONCEPTS IN THE ANALYSIS OF
BEIRA-MAR NEWSPAPER**

**EL USO DE LOS CONCEPTOS DE PIERRE BOURDIEU EN EL ANÁLISIS DEL
PERIÓDICO *BEIRA-MAR***

Lucas de Oliveira Klever*

Resumo: Este artigo pretende discutir alguns conceitos de Pierre Bourdieu, como: *habitus*, poder simbólico, espaço social, classe social, violência simbólica etc. Especificamente, será abordado o caso da elite carioca dos bairros de Copacabana, Ipanema, Leme (comunidade CIL) no jornal *Beira-Mar* durante o período de ingresso do Brasil na Segunda Guerra Mundial (1942-45). Para isso, foi necessário realizar uma breve introdução ao contexto histórico do Estado Novo (1937-45) e da imprensa naquele período para podermos situar o *Beira-Mar*. Tal estudo será feito por meio de um exame dos estudos (livros, teses, artigos) sobre o tema, publicados por uma série de autores, como o próprio Pierre Bourdieu, Daniele Chaves Amado, Paulo Francisco Donadio Baptista, Norbert Elias, Ângela de Castro Gomes etc. Este estudo também visa entender como estes conceitos podem ser aplicados ao caso da elite da comunidade CIL. O tema é relevante pois foi estudado por poucos autores, principalmente nesta fonte e sob esta perspectiva.

Palavras-chave: Beira Mar. Elite. Pierre Bourdieu. Rio de Janeiro.

Abstract: This article intends to discuss some concepts of Pierre Bourdieu, like: *habitus*, “symbolic power”, “social space”, “social class”, “symbolic violence” etc. We will address the case of Rio de Janeiro elite, specifically at neighborhoods of Copacabana, Ipanema, Leme (community CIL) in *Beira-Mar* newspaper during the period of Brazil’s entry into World War II (1942-45). It was necessary a brief introduction to the historical context of Estado Novo (1937-45) and the press in that period, to be able to situate *Beira-Mar*. This will be achieved through an examination of studies (books, theses, articles) about the subject published by a series of authors, like Pierre Bourdieu, Daniele Chaves Amado, Paulo Francisco Donadio Baptista, Norbert Elias, Ângela de Castro Gomes etc. This study also aims to understand how these concepts can be applied

*Graduado em História pela PUC-RS e Mestrando em História pela PUC-RS. E-mail: lucas.klever@acad.pucrs.br

Revista Semina V. 17, N.º 2, 2018 – ISSN 1677-1001

Artigo Recebido em 03/03/2019- Aprovado em 10/08/2019

to the elite of Rio de Janeiro. The subject is relevant since it has a lack of authors, specially using this source and this perspective.

Keywords: Beira Mar. Elite. Pierre Bourdieu. Rio de Janeiro.

Resumen: El presente artículo analiza algunos conceptos de Pierre Bourdieu, cómo: *habitus*, poder simbólico, espacio social, clase social, violencia simbólica etc. Abordamos, específicamente, el caso de la élite carioca en los barrios de Copacabana, Ipanema, Leme (comunidad CIL) en el periódico *Beira-Mar* durante la entrada de Brasil a la Segunda Guerra Mundial (1942-45). Por ende, presentamos a continuación, una breve introducción al contexto histórico del “Estado Novo” (1937-45) y la prensa en ese momento para localizar el periódico *Beira-Mar*. Este estudio se realizará mediante un examen de los estudios (libros, tesis, artículos) sobre el tema, publicados por una gama de autores, como el propio Pierre Bourdieu, Daniele Chaves Amado, Paulo Francisco Donadio Baptista, Norbert Elias, Ângela de Castro Gomes etc. Este estudio, también tiene como objetivo, comprender cómo se pueden aplicar estos conceptos al caso de la élite de la comunidad CIL.

Palabras clave: Beira Mar. Élite. Pierre Bourdieu. Rio de Janeiro.

Copacabana, Ipanema, Leme nas páginas do jornal *Beira-mar* durante o Estado Novo e a 2ª Guerra Mundial

É notável que a denominada “história do cotidiano” tem trazido novos elementos para se pensar o cotidiano, ou seja, aquilo que ocorre no dia-a-dia, que é habitual. A História, Sociologia e as Ciências Sociais no geral, têm realizado novos estudos neste âmbito, oferecendo novas perspectivas e metodologias de análise do cotidiano. (BURKE, 2004; LE GOFF, 2005). O presente artigo se dá a partir de estudos e discussões realizadas nas obras de Pierre Bourdieu, aplicando conceitos do autor a partir do jornal *Beira-Mar*. Para isso, é necessário explicarmos o contexto desta análise, tendo o seu recorte temporal entre 1942 e 1945, período em que o Brasil ingressou na Segunda Guerra Mundial durante o regime do Estado Novo de Getúlio Vargas e quando as primeiras mudanças no cotidiano da elite carioca começavam a aparecer nas páginas do jornal *Beira-Mar*. Este jornal tinha como objetivo transformar os bairros de Copacabana, Ipanema, Leme (a intitulada “comunidade CIL”) na aristocracia atlântica.

Nos capítulos a seguir, pretendeu-se discutir alguns conceitos de Pierre Bourdieu, principalmente os conceitos de *habitus* e poder simbólico. O autor reforça a relação dominantes/dominados, que se aplica ao caso da elite carioca que se projetava acima das classes inferiores, como “ordem natural” das coisas, além de compartilharem das mesmas características

sociais, econômicas, *habitus* semelhantes dentro da elite da comunidade CIL. Nesta introdução, traçamos um breve panorama do governo brasileiro durante o conflito mundial, além de exemplificar as mudanças na imprensa anteriores ao Estado Novo, necessárias para entendermos a imprensa, meios de comunicação no período.

Durante o início da Segunda Guerra Mundial, em 1º de setembro de 1939, o Brasil vivia um novo projeto de nação, o chamado Estado Novo (1937-45). O novo governo, tendo Getúlio Vargas como presidente da República, pregava um Estado forte, autoritário e centralizador. Para os intelectuais do regime, como Oliveira Viana, Azevedo Amaral, Francisco Campos, o ideal de democracia era um poder Executivo forte, ou seja, nas mãos do presidente da Nação. Os objetivos do Estado Novo também incluíam a construção de uma identidade nacional, além de um afastamento das ideologias exógenas (fascismo, comunismo). O governo também investiu fortemente na difusão da sua doutrina através do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), criado em 1939, fiscalizando as propagandas durante a Segunda Guerra Mundial e coordenando aquelas favoráveis aos aliados através de diversos meios de comunicação: rádio, revistas, jornais, inclusive no campo da educação e nos sindicatos. (GOMES, 1996; OLIVEIRA, 1982).

Naquele tempo, o rádio era o meio de comunicação predominante, transmitindo o som pelo espaço, lugares, inclusive nos carros. A grande maioria da população do Rio de Janeiro, na época, era de analfabetos e segundo Sevcenko o “[...] populismo descobrirá no rádio a sua pedra filosofal, capaz de transformar a massa amorfa de ouvintes na força agregada da paixão política” (2012, p. 587). Getúlio Vargas era conhecido pelos seus discursos na Rádio Nacional, além daqueles realizados no Estádio de São Januário. A música popular aumentava o potencial do rádio como, por exemplo, o lançamento de Carmen Miranda, colocando a radiodifusão no seu tempo áureo (SEVCENKO, 2012).

O Brasil vivia o tempo da *Belle Époque* na imprensa. Segundo Maria de Lourdes Eleutério (2011), o transcorrer da Primeira República (1889-1930) trouxe uma diversificação da imprensa em busca do progresso, utilizando-se das inovações tecnológicas, criação de uma ilustração diversificada (charges, caricaturas, fotografias), aumento nas tiragens e na qualidade das impressões. A imprensa tornava-se uma grande empresa, capaz de influenciar vários segmentos e circuitos, por exemplo, a lavoura, o comércio, a indústria, as finanças, através das informações e propagandas disponibilizadas nas suas páginas. O telefone e o telégrafo auxiliaram na transmissão

de informações e na redação. A censura esteve fortemente presente nesse período, embora existisse muito antes do Estado Novo, um exemplo disso é o decreto do Governo Provisório de 23 de dezembro de 1889, que impedia a publicação de palavras, escritos, que conspirassem contra a República. Alguns redatores foram presos nesta época e tiveram suas tipografias destruídas, como, por exemplo: *Diário do Comércio e Correio do Povo*, ambos no Rio de Janeiro (ELEUTÉRIO; DE LUCA, 2011).

Esse amplo rol de transformações, aliado aos artefatos modernos e aos novos meios de comunicação que invadiam o cotidiano – carros, bondes elétricos, cinema, máquinas fotográficas portáteis, máquinas de escrever, fonógrafos, publicidade e, nos anos 1920, o rádio -, delineavam tanto uma paisagem marcada pela presença de objetos técnicos como configuravam outras sensibilidades, subjetividades e formas de convívio social. Eficiência, pressa, velocidade e mobilidade tornaram-se marcas distintivas do modo de vida urbano, e a imprensa tomou parte ativa nesse processo de aceleração (DE LUCA, 2011, p. 150)

Na época, o destaque era o jornal *O País*, criado antes da proclamação da República, em 1884, sob direção de Quintino Bocaiúva. Outro jornal de grande circulação foi o *Jornal do Brasil*, criado em 1891. Vale ressaltar que ambos periódicos foram criados no Rio de Janeiro. O *Jornal do Brasil* tornou-se a referência do progresso da *Belle Époque* na imprensa, com o maior parque gráfico da imprensa brasileira, incluindo linotipos, sistema fotomecânico, impressão em cores etc. Ainda na capital do país, Eleutério (2011) aponta outros periódicos de expressão, por exemplo: *Jornal do Commercio* (1838), *Diário de Notícias* (1885), *Correio da Manhã* (1901-1974), *A Noite* (1911), *O Jornal* (1924). Além da modernização na produção dos jornais, também houve mudanças no conteúdo, que ia além da simples política, incorporando reportagens, entrevistas, crônicas, seções de esportes, lazer, vida social, cultura, crítica literária, assuntos policiais e internacionais. (DE LUCA, 2011; BARBOSA, 2010).

No campo das revistas, *Kosmos* (1904-1909) marcava o progresso da *Belle Époque*, com uma visão do progresso material e civilizatório. A revista tinha diversas fotografias sobre estes avanços da modernidade, que exigiam impressão colorida. As revistas *Careta* (1908-1960), *Fon-Fon* (1907-1945), foram importantes representantes do modernismo carioca, com fotografias de modernos edifícios, avenida Central, flagrantes de transeuntes nas movimentadas ruas do centro da cidade etc. Além destas revistas, outras como *Eu Sei Tudo* (1917-1956), *Revista da Semana* (1906-1962), *O Tico-Tico* (1905-1962), *A Vida Moderna* (1906-1929), trouxeram a representação do progresso através de suas fotografias e ilustrações coloridas, possibilitando através da imagem, o acesso da maioria da população, ou seja, os analfabetos (ELEUTÉRIO; DE LUCA, 2011).

A chegada de Getúlio Vargas ao poder, em 1930, trouxe mudanças no campo da imprensa. *O País*, por exemplo não conseguiu continuar com suas publicações, pois havia um clima de desgaste do sistema político vigente com aqueles jornais identificados com a “velha ordem”. Os donos de jornal contentavam-se a apoiar as medidas do governo, visto que estavam sendo vigiados pelos censores. Antes do Estado Novo (1937-45), a censura foi realizada primeiro pelo Departamento Oficial de Publicidade (1931), seguido pelo Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (1934), que acabou resultando no Departamento de Imprensa e Propaganda (1939) durante o regime estado-novista (DE LUCA, 2011).

Nesse contexto, *O Copacabana – O Novo Rio*, estreava em 1907, como periódico quinzenal, voltado para criação da imagem de Copacabana como espaço da aristocracia e ao mesmo tempo da modernidade. O seu público alvo eram os moradores dos bairros de Copacabana, Ipanema, Leme e só aceitava colaborações desta comunidade, ou seja, daqueles que compartilhavam o mesmo espaço. O jornal tinha seções sobre saúde, eventos, lazer, modernidade e era de propriedade de Manoel Nogueira de Sáⁱ. As atividades do periódico acabaram em 1919, ficando “um vazio” sobre publicações de temas voltados aos bairros de Copacabana, Ipanema, Leme (comunidade CIL)ⁱⁱ (BAPTISTA, 2007).

Dessa forma, em 1922, surgia o jornal *Beira-Mar*, publicado semanalmente, com uma média de 15 páginas, fundado por Manoel Nogueira de Sá. Logo em seguida, a sua propriedade foi adquirida pelo escritor Théo-Filhoⁱⁱⁱ. Este jornal ocupava o lugar do *Copacabana*, que tinha acabado em 1919. O seu público alvo era a comunidade cilense, os bairros de Copacabana, Ipanema e Leme, ou seja, a elite carioca. “*Beira-Mar* intentava articular e divulgar uma imagem de distinção e elegância com a qual aquela região já passava a ser referida entre a grande imprensa da capital federal” (AMADO, 2012, p. 37). O próprio periódico, nos seus anúncios, dava sinais da distinção do seu público leitor, oferecendo seguros contra acidentes na prática de esportes da classe dominante. Ideia clara no seguinte trecho: “Sul America Terrestres, Maritimos e Acidentes. Este seguro cobre além de todos os acidentes comuns, os que possam sobrevir durante a prática de esportes, como Automobilismo, Caça, Equitação, Velocipedismo, Futebol, Tênis, Golf, Polo etc” (BEIRA-MAR, 1944, p. 10). Bourdieu, na obra “*A distinção*” (1979), esclarece a associação dos esportes às classes, as necessidades físicas ou estéticas.

Do mesmo modo, para compreender a distribuição da prática dos diferentes esportes entre as classes, seria necessário levar em consideração a representação que, em função dos esquemas de percepção e de apreciação que lhes são próprios, as diferentes classes têm gastos (de ordem econômica, cultural e “física”) e benefícios associados aos diferentes esportes, benefícios “físicos” imediatos ou diferidos (saúde, beleza, força – visível com o culturismo, ou invisível com o higienismo, etc.), benefícios econômicos e sociais (promoção social, etc.), benefícios simbólicos, imediatos ou diferidos relacionados com o valor distribucional ou posicional de cada um dos esportes considerados (isto é, tudo o que advém a cada um deles pelo fato de sua maior ou menor raridade e de estar mais ou menos claramente associado a uma classe: assim, boxe, futebol, rugby ou culturismo evocam as classes populares; tênis e esqui, a burguesia; e golfe, a grande burguesia), benefícios de distinção proporcionados pelos efeitos exercidos sobre o próprio corpo (por exemplo, magreza, bronzado da pele, musculatura mais ou menos aparente, etc.) ou pelo acesso a grupos altamente seletivos, obtido pela prática de alguns deles (golfe, pólo, etc.) (BOURDIEU, 1979, p. 25)

O periódico lançou a sua última edição em 1946, totalizando 785 edições publicadas desde 1922 e em nenhuma delas informou a tiragem. O jornal *Beira-Mar* com a entrada do Brasil na Segunda Guerra Mundial em 1942, investiu na publicação de uma série de reportagens sobre a mobilização da nação em termos políticos, econômicos e também no cotidiano da sociedade. Este periódico voltado para a elite carioca, valorizava a vida social, o cotidiano, futilidades, fofocas, esportes, literatura, cinema, rádio, educação física, assim como os principais clubes e eventos da época. Nesse sentido, o jornal *Beira-Mar* não tinha seções fixas; entretanto, tinha seus temas voltados para os tópicos apresentados acima. Em várias edições do periódico, observamos colunas da vida social, filmes em cartaz (cinema), religião; contudo, estes temas também apareceram fora de uma coluna específica para o assunto, em vários momentos. O jornal oferecia diversos anúncios dos bairros da comunidade CIL, oferecendo serviços médicos, comerciais, jurídicos etc.

A aplicação do conceito de classe social de Bourdieu

Para compreendermos a representação da elite da comunidade CIL utilizamos o conceito de classe social e conseqüentemente, espaço social em Bourdieu, onde o autor desenvolve a ideia de que as características sociais (potencialidades), econômicas, são compartilhadas dentro de um grupo (no caso, os moradores dos bairros de Copacabana, Ipanema, Leme). Segundo Bourdieu, isso ocorre através da “[...] vinculação a um grupo, como conjunto de agentes que, além de serem dotados de propriedades comuns (passíveis de serem percebidas pelo observador, pelos outros ou por eles mesmos), estão unidos por ligações permanentes e úteis” (1980, p. 2). Esta noção, para o autor, depende também do espaço social, onde os indivíduos ocupam posições relativas com diferentes relações de poder e propriedade.

Para entendermos o caso da elite carioca, devemos entendê-lo no sentido apontado pelo autor, de que são agentes situados em posições próximas no espaço social e físico, distinguindo-se de outras classes, situadas em posições relativas distintas. É importante levar em consideração que para o autor, este conceito também está ligado aos termos de “propriedade” e “distinção”. Na questão da distinção, observamos uma elite que se posiciona excluindo outros agentes, afirmando-se como “fina elite carioca”, situando-se assim em local distinto em relação às outras. O conceito de “propriedade” também se aplica, tanto na questão econômica, quando afirmam que possuem carros de luxo para o seu uso cotidiano, quanto no capital social, simbólico. A elite, detentora de capital simbólico diz respeito ao modo que os agentes perceberão uns aos outros (SALLUM JR.; BERTONCELO, 2017). Esta ideia é clara no seguinte trecho da obra “*A Distinção: crítica social do julgamento*” (1979):

A sistematicidade está no *opus operatum* por estar no *modus operandi*: encontra-se no conjunto das “propriedades”, no duplo sentido do termo, de que os indivíduos ou os grupos estão rodeados – casas, móveis, quadros, livros, automóveis, álcoois, cigarros, perfumes, roupas -, e nas práticas em que eles manifestam sua distinção – esportes, jogos, *habitus*, princípio unificador e gerador de todas as práticas. O gosto, propensão e aptidão para a apropriação – material e/ou simbólica – de determinada classe de objetos ou de práticas classificadas e classificantes é a fórmula geradora que se encontra na origem do estilo de vida, conjunto unitária de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos – mobiliário, vestuário, linguagem ou *hexis* corporal – a mesma intenção expressiva (BOURDIEU, 1979, p. 165)

Provavelmente o mecanismo de exclusão mais forte desta elite carioca era econômico e pode ser melhor observado através dos anúncios de propaganda no jornal *Beira-Mar*. Segundo os estudos de Baptista (2007), o público do jornal demonstrava seu alto poder de exclusão das camadas populares através de anúncios de lojas importantes, com produtos que na maioria das vezes, eram importados e com altos preços, ou seja, acabavam por excluir aqueles que não tinham aquelas condições econômicas. O exemplo disso é claro no seguinte trecho:

O público do jornal, de alto poder aquisitivo, atraía anúncios de lojas importantes como a Camisaria Progresso, a Casa Alemã, a Casa Nunes e a Torre Eiffel. Outros produtos ainda não encontrados localmente eram oferecidos, como os instrumentos musicais e partituras da Casa Mozart ou da Casa Oliveira, as vitrolas da casa Rádio Progresso, os livros da Livraria Leite Ribeiro e as essências da Casa Cinelândia. Também era o caso dos serviços de pacotes para viagens internacionais anunciados pela Mala Real Inglesa (BAPTISTA, 2007, p. 103)

O autor também cita uma série de anúncios de vinhos importados de Portugal, cervejas, além de produtos de companhias multinacionais como Crush, Toddy, “Nescao”. Nas páginas do periódico também apareciam anúncios de cosméticos importados, remédios, fogões a gás alemães.

Ou seja, poderia se dedicar um estudo somente a estas propagandas, que serviam como forma de exclusão das camadas populares.

O jornal *Beira-Mar* denominava a zona sul carioca de *finá elite*, reforçando a comunidade CIL e o seu reconhecimento como integrante de um espaço social, classe social e consequentemente de compartilhar um *habitus*. Esta ideia é clara no seguinte trecho do periódico:

O céu, nublado, até parecia o mar em dia de tempestade. Porém, a despeito de tudo, a domingueira esteve animada e concorrida, como já devem saber todas as que leem estas linhas. E, por isso mesmo, podemos ver todos os representantes da fina elite das famílias copacabanenses, que honraram a domingueira com sua presença (BEIRA-MAR, 1930, p. 8)

A mesma denominação de *finá elite* aparece no ano seguinte, em 1931, referindo-se aos frequentadores dos clubes da comunidade CIL, por exemplo: Atlântico Club, Praia Club. Nesta mesma notícia, que mostrarei a seguir, também notamos que esta elite utilizava automóveis, algo marcante da distinção social destes agentes para a época.

A de domingo último foi de facto a mais encantadora desse ano de 1931. Com o devido consentimento de Dona Chuva, o domingo amanheceu todo cheio de sol e alegria. O banho de mar à fantasia do Atlântico Club, esteve acima do último realizado pelo Praia Club. A sede do Atlântico estava repleta da nossa mais fina elite. A “Batucada” imperava!... Momo estava solto!... O buzinar dos automóveis era ensurdecedor – só se ouvia.... o... o... “Nós semo é mêmo do amô” [...]” (BEIRA-MAR, 1931, p. 8)

A construção simbólica da comunidade CIL, deixava clara a tentativa da elite de criar uma representação daquela comunidade, com os mesmos valores, expectativas e interesses para o bairro e suas vidas, conforme afirma Baptista (2007). Durante a Segunda Guerra Mundial, a elite carioca expressava sua preocupação com o racionamento da gasolina, imposto pelas dificuldades de importação de petróleo e combustíveis desde 1939, segundo os estudos de Lucas Silva da Silva (2009). Todavia, o que nos interessa aqui é o fato de que os veículos de luxo, acessíveis somente para aqueles que detêm grande capital econômico realizam a exclusão dos outros agentes deste espaço social da comunidade CIL. O capital econômico como um dos elementos que proporciona a exclusão dos “dominados”^{iv}, continua presente durante a guerra; entretanto, com mudanças no seu cotidiano como notamos nas páginas do jornal:

Com o racionamento que se impõe como medida acauteladora posta em prática pelas autoridades, afim de que não haja diferenças na distribuição equânime do precioso combustível, os que primeiro têm que sentir os efeitos de sua escassez são os automóveis de luxo [...] (BEIRA-MAR, 1942, p. 3)

Os bairros de Copacabana, Ipanema, Leme, já tinham passado por um processo de “modernização”, com quadras largas, arejadas, chalés, palacetes, construção do Copacabana Palace

Hotel, iluminação nas avenidas e ruas, serviços básicos da infraestrutura urbana, que visavam criar a imagem destes bairros como uma espécie de elite social (AMADO, 2012). Os moradores destes bairros consideravam-se elite e ao mesmo tempo, possuíam semelhante capital econômico, simbólico, social diferenciado daquele dos “dominados”. Dessa forma, reforçavam seu capital simbólico nas páginas do jornal *Beira-Mar*, que funcionava como instância de consagração desta elite. Isso fica claro quando mesmo durante a escassez e os racionamentos da guerra, seu capital econômico proporcionava a instalação do primeiro estabelecimento do Rio de Janeiro adaptado aos “black-outs”.

Há ainda, uma particularidade, de certo a mais interessante a ser fixada. Reabre-se o "Wonder-Bar" cuidadosamente adaptado às circunstâncias da guerra. É o primeiro estabelecimento no Rio com instalações próprias para o funcionamento em regime de "black-out", tal como se vive agora em a nossa mais linda praia (BEIRA-MAR, 1943, p. 87)

Por fim, acredito que dentro dos estudos de Bourdieu (1987), a questão da classe social e do espaço social, demonstra como as propriedades atuantes referem-se as diferentes formas de capital, não só econômico, mas cultural, social, simbólico. Nesse sentido, esta elite da comunidade CIL que se projetava no contexto carioca, utilizou-se de todas estas formas, dando grande ênfase ao capital econômico, social, simbólico. O jornal *Beira-Mar* constituiu-se, assim, em um dos instrumentos de legitimação da elite carioca, utilizando deste veículo de comunicação para fazer com que fossem conhecidos e reconhecidos pelos “dominados”.

A aplicação do conceito de violência simbólica e *habitus* de Bourdieu

Estes conceitos são importantes para o estudo da comunidade CIL, visto que as relações de dominação desta elite precisavam perpetuar-se e serem reconhecidas, de forma que fossem aceitas e naturalizadas. Para trabalharmos com esta noção de violência simbólica, é necessário primeiro entendermos as relações de poder que estão presentes na elite destes três bairros da zona sul carioca. Segundo Bourdieu, “(...) poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem” (2003, p.7). Ou seja, os dominados acabam de forma “natural” aceitando a posição da comunidade CIL como elite superior na hierarquia de classes.

Para Bourdieu (2007), o poder simbólico se estabelece através da língua, arte, religião, os denominados sistemas simbólicos. No jornal *Beira-Mar*, notamos um discurso que difunde a

“superioridade” econômica, social, cultural dos moradores dos bairros de Copacabana, Ipanema, Leme. Os moradores destes bairros estruturavam um discurso de distinção e elegância, demonstrando como Copacabana era um bairro mais seletivo e aristocrático. Esta ideia aparece na pesquisa de Julia Galli O’Donnell (2011), através de noções de raça e eugenia:

Belos, fortes e saudáveis, os membros da elite de Copacabana afirmavam sua superioridade para além dos elementos de cultura e civilização *stricto sensu*. Era com seu próprio corpo que tentavam fazer jus ao título com que se apresentavam: uma verdadeira aristocracia, definida não pela hereditariedade, mas sim pelo sentido etimológico da palavra – “o governo dos *melhores*”. Eleitos pela natureza e por Deus (“o higienista máximo”), e seguindo à risca as cartilhas da ciência e da civilização, a aristocracia copacabanense parecia não ter dúvidas a respeito do repertório sobre o qual buscava construir sua unidade simbólica (O’DONNELL, 2011, p. 150)

É importante ressaltar que essa violência simbólica não ocorria pela simples força física, armada, repressão. A obra “*A ideologia alemã*” de Karl Marx e Friedrich Engels ou a de Max Weber, “*Economia e sociedade*” já trabalhavam com essa questão da violência simbólica, demonstrando a aceitação da submissão, sem revolta, considerada como algo natural pelos dominados. Bourdieu não foi o primeiro autor a trabalhar com esta questão; todavia, inovou na explicação. O conceito de violência simbólica sob a análise de Bourdieu, aplica-se a todas formas “brandas” de dominação, ou seja, não apenas ligadas às repressões físicas (MAUGER, 2017; BOURDIEU, 2011). Para o autor esta violência simbólica pode ser:

Violência suave, insensível, invisível a suas próprias vítimas, que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento, ou mais, precisamente, do desconhecimento, do reconhecimento ou, em última instância, do sentimento. (BOURDIEU, 1999, p. 46-47)

O conceito de *habitus* permite entendermos um estado adquirido e firmemente estabelecido do caráter moral que orienta nossos sentimentos, desejos numa situação, ou seja, nossa conduta. No nosso caso, podemos falar de um *habitus* de elite desta comunidade CIL, estabelecido pelo contexto, lugar, distribuições de poder. Segundo Loïc Wacquant (2017), Chomsky afirmava que o *habitus* poderia ser transferível para vários domínios de prática, como: os domínios de consumo música, mobília, desporto, escolhas políticas, matrimoniais. Dessa forma, podemos dizer que os moradores destes três bairros da elite carioca compartilhavam o mesmo *habitus*, tendo muitas semelhanças nos seus gostos de consumo, música, mobília, política. Acredito que a melhor definição de Bourdieu sobre o *habitus* dentro do meu objeto de pesquisa é a seguinte:

As experiências se integram na unidade de uma biografia sistemática que se organiza a partir da situação originária de classe, experimentada num tipo determinado de estrutura familiar. Desde que a história do indivíduo nunca é mais do que uma certa especificação da história coletiva de seu grupo ou de sua classe, podemos ver nos sistemas de disposições individuais variantes estruturais do *habitus* de grupo ou de classe [...]. O estilo pessoal, isto, é essa marca particular que carregam todos produtos de um mesmo *habitus*, práticas ou obras, não é senão um desvio, ele próprio regulado e às vezes mesmo codificado, em relação ao estilo próprio a uma época ou a uma classe (BOURDIEU, 1983, p. 80-81)

O jornal *Beira-Mar* dedicava diversas seções do jornal para oferecer esportes, literatura, cinema, músicas, eventos específicos para a elite carioca. Isso fica claro quando Amado afirma que: “[...] os eventos que agitavam seus salões, inaugurações, concursos de beleza, bailes, movimentos de caridade, recitais de poesia e música, eventos dançantes, *viravam* notícias nas páginas do periódico” (2012, p. 38). Ou seja, o jornal contribua para reforçar e criar um *habitus* de classe desta elite carioca.

É importante destacar que o *habitus* não é estático ou eterno, as suas disposições podem sofrer alterações ao longo do tempo por novas forças externas. John Pocock (2003) aponta a importância de considerarmos o contexto histórico na análise dos documentos históricos, visto que ele nos aproxima do sentido original do discurso do periódico ou de qualquer tipo de documentação. Nesse sentido, o contexto do período já privilegiava a imagem desta “fina elite” através de uma série de periódicos que se esforçavam para criar a ideia elegante de Copacabana e posteriormente dos bairros de Ipanema, Leme, como parte da elite, modernidade carioca. Um exemplo claro disso, é o periódico do mesmo dono (Manoel Nogueira de Sá) do *Beira-Mar*, denominado de *O Copacabana – O Novo Rio*.

[...] Seu nome já dava indícios de que seus editores esperavam que aquele território se consolidasse como símbolo de modernidade e elegância dentro do Rio. Para construir essa identidade, o periódico quinzenal, que se qualificava como *órgão literário, noticioso e recreativo*, foi veículo das reivindicações do bairro junto aos governantes, contava com a colaboração, para as suas colunas, exclusivamente dos moradores de Copacabana, Leme e Ipanema e cobria apenas os eventos sociais quando era oficialmente convidado para posteriormente divulga-los na seção Galante (AMADO, 2012, p. 34)

Dessa forma, é notável como a imagem refinada da comunidade CIL já estava consolidada há mais tempo, por meio de muitos discursos e construções simbólicas anteriores no jornal *O Copacabana – O Novo Rio*. Ou seja, essa imagem já era, de certa forma, consolidada na sociedade carioca e o *Beira-Mar* vinha por reforça-la. Dessa forma, o conceito de *habitus* é importante para entendermos a construção da distinção desta elite frente aos “dominados”. É importante ressaltar, novamente, que segundo Bourdieu esta relação não ocorre através de repressão somente física, policial; entretanto, através desta naturalização que torna aceitável a disposição da hierarquia de classes e que coloca estes três bairros da zona sul carioca no topo desta hierarquia social. (BOURDIEU, 2011; WACQUANT, 2017)

Através destes discursos no periódico, é possível concluir que essa dominação foi institucionalizada através dos meios de comunicação, principalmente através da imprensa, responsável pela sustentação do discurso da comunidade CIL no Rio de Janeiro.

A importância da aplicação do conceito de espaço social, campo e a possibilidade de aplicação do conceito de campo jornalístico

O conceito de espaço social neste trabalho é necessário para entendermos as posições sociais estruturadas pela elite da comunidade CIL. Segundo Cláudio Marques Martins Nogueira (2017), o espaço social refere-se ao conjunto das posições sociais ocupadas pelos agentes em uma dada formação social. Estas posições no espaço social não são garantidas apenas pela dimensão econômica; entretanto, acredito que a elite carioca dava grande relevância ao capital econômico. É importante ressaltar o destaque dos outros capitais nesse espaço social: capital simbólico, social e cultural também estavam no “topo” dos capitais de dominação. Para Bourdieu (1980), estas posições dentro do espaço social acabam por refletir um *habitus* de classe. A classe dominante, assim, teria uma predisposição a “gostos” parecidos e o mesmo ocorreria com as classes dominadas. E como forma de garantia da sua posição dominante no espaço social, tomam decisões em oposição aqueles próximos a sua posição, ideia clara em Bourdieu:

De fato, as escolhas estéticas explícitas constituem-se, muitas vezes, por oposição às escolhas dos grupos mais próximos no espaço social, com quem a concorrência é mais direta e imediata e, sem dúvida, de modo mais preciso, em relação àquelas, entre tais escolhas, em que se torna mais evidente a intenção, percebida como pretensão, de marcar a distinção em relação aos grupos inferiores – por exemplo, para os intelectuais, os Brassens, Ferrat ou Ferré dos professores primários. (BOURDIEU, 1979, p. 60)

Já o conceito de campo, segundo Bourdieu: “Os agentes distribuem-se nele [...] segundo o volume global do capital que possuem e, na segunda dimensão, segundo a composição do seu capital – quer dizer, segundo o peso relativo das diferentes espécies no conjunto das suas posses” (BOURDIEU, 1989, p. 135). O campo, para Bourdieu, é formado por indivíduos ou instituições, capazes de criar espaços e estabelecer relações. Este é o caso da comunidade CIL, formada por estes moradores que criaram este espaço social mais amplo da zona sul carioca. Através das páginas do jornal *Beira-Mar*, eles têm interesse em manter posições ocupadas através da afirmação dos seus capitais (econômico, social, cultural etc). Ele também é um microcosmo, com leis e regras específicas que influenciam um determinado espaço social, que no nosso caso é a elite carioca.

(BOURDIEU, 1980; LAHIRE, 2017). A definição de campo para Bourdieu é clara no seguinte trecho:

Um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em consequência suas estratégias (BOURDIEU, 1997, p. 57)

No campo também existem disputas por controle, segundo Bourdieu: “todo campo é um campo de forças e um campo de lutas para conservar ou transformar esse campo de forças” (BOURDIEU, 2004, p. 22-23). Esta constante disputa fica clara quando Amado (2012) aponta os antigos moradores de Copacabana, aqueles que lá residiam antes da modernidade, elegância, elite ascendente retratada nas páginas do *Beira-Mar*. Nesse sentido, ela afirma: “conflitos como esse não são novidade ou característicos da atualidade. As transformações, sejam elas de caráter urbano, com mudanças físicas, ou de caráter social ou econômicas muitas vezes são acompanhadas de alguma resistência” (AMADO, 2012, p. 14). Ou seja, estes moradores lutavam para preservar seus bairros da forma antiga, apontando preocupação com o futuro de reformas de Copacabana.

A industrialização, a urbanização e outros processos similares, com maior mobilidade e aceleração do ritmo de vida que acarretam parecem haver alterado esse estado de bem-aventurança. Frente às dificuldades de um mundo altamente móvel e em ritmo acelerado de mudança, tende-se a buscar refúgio numa imagem de uma ordem social que nunca se altera e a projetá-la num passado que nunca existiu (ELIAS, 2000, p. 140)

Nesse sentido, os estudos de Norbert Elias (2000) na obra “*Os estabelecidos e os outsiders*”, permitem que realizemos uma analogia da elite carioca da comunidade CIL como a “recém-chegada” nos termos de Elias, comparada com a antiga elite que tentava preservar os bairros da antiga forma. Provavelmente, esta elite “*recém-chegada*” destes três bairros teve que ficar como “*outsiders*”, ou seja, de fora deste grupo pré-estabelecido por um tempo; todavia, dentro das disputas no campo, ela acabou tomando o lugar desta antiga elite que mantinha o *establishment*.

[...] As categorias estabelecidos e outsiders se definem na relação que as nega e que as constitui como identidades sociais. Os indivíduos que fazem parte de ambas estão, ao mesmo tempo, separados e unidos por um laço tenso e desigual de interdependência. Superioridade social e moral, autopercepção e reconhecimento, pertencimento e exclusão são elementos dessa dimensão da vida social que o par estabelecidos-outsiders ilumina exemplarmente: as relações de poder [...] (ELIAS, 2000, p. 6)

Esta nova elite “*recém-chegada*”, depois de já consolidada, é responsável por atribuir a seus membros características humanas superiores, excluindo os membros que não pertencem a esta classe social. Essa disputa se dá em nome do princípio legítimo de dominação, capaz de reproduzir

as estratégias de dominação, legitimando a espécie de capital que repousa o poder. No caso da elite carioca, os exemplos que aponte demonstram que o poder repousava em vários capitais, principalmente o social, econômico e cultural. Entretanto, assim como também vimos, o poder precisa ser legitimado, tornando-se irreconhecível para perpetuação.

O conceito de campo jornalístico foi aplicado ao caso do jornal *Beira-Mar*. O jornal, situado num campo composto de uma série de microcosmos, dividindo a grande imprensa, pequena, alternativa etc. O jornal escolhido como fonte não faz parte da grande imprensa do período, visto que tinha seu público alvo restrito aos moradores de Copacabana, Ipanema, Leme. Entretanto, isso não desmerece o seu valor dentro da imprensa alternativa, pois em 1936 informam que a sua tiragem atingia a cifra mínima de 30 mil exemplares. No contexto da grande imprensa, o *Jornal do Brasil*, por exemplo, tinha a cifra de 60 mil no mesmo período. Ou seja, o seu valor estava no seu público-alvo, a elite carioca dos três bairros da zona sul.

O campo jornalístico constitui-se como tal, no século XIX, em torno da oposição entre os jornais oferecendo acima de tudo as ‘novidades’, preferentemente ‘sensacionais’, ou melhor, ‘à sensação’ e os jornais propondo análises e comentários e procurando marcar sua distinção em relação aos primeiros afirmando os valores da ‘objetividade’ (BOURDIEU, 1994, p. 4 apud MARTINS, 2017, p. 41)

Dentro deste campo jornalístico, podemos citar como exemplo a *Última Hora*, o qual era chamado de “jornal oficioso do governo Vargas”, segundo Amado (2012). Nesse sentido, o jornal obtinha o seu prestígio do Estado, diferentemente do caso do *Beira-Mar*, que tinha o seu prestígio assegurado pela comunidade CIL, ou seja, a elite. O jornal no nosso caso, era utilizado como uma forma de legitimação do discurso da modernização, privilégios e reconhecimento da elite da zona sul do Rio de Janeiro.

Nesse sentido, Bourdieu (1997) aponta que dentro das características do campo jornalístico existe aquela que toma por certo o que já está naturalizado, ou seja, aquilo que já faz parte do *habitus* do jornalista. A ideia do jornalista sobre o seu “público” já era formada anteriormente, assim como no caso do *Beira-Mar*, que tinha uma ideia pré-concebida de elite por parte do seu proprietário, Manoel Nogueira de Sá, escritores como Théo-Filho, além dos jornalistas vinculados a esta elite carioca.

Conclusão

Dada a exposição acima é possível afirmar que a comunidade CIL (Copacabana, Ipanema, Leme) compunha um espaço social, compartilhando valores, propriedades e interesses em comum, que visavam a reprodução da dominação dos “dominados”. O jornal *Beira-Mar*, como vimos ao longo deste artigo, teve o papel de exaltar estes interesses compartilhados, criando e reforçando esta elite ascendente, que pretendia situar-se no topo da hierarquia de classes. Nesse sentido, o conceito de *habitus* e poder simbólico, vieram junto aos outros conceitos esclarecer a forma com que a dominação não se dá apenas pela repressão física, policial; todavia, pela “naturalização” deste processo.

Quanto a questão do *habitus* podemos dizer que existia um *habitus* de elite, responsável por gostos e interesses comuns, incentivados pela sua classe e também pelo *Beira-Mar*, que tinha seções dedicadas a indicar músicas, literatura, moda, cinema, mobília etc. Já os conceitos de campo e campo jornalístico tiveram um papel importante ao destacarem as posições ocupadas pelos agentes no espaço, além do fato de cada campo possuir suas regras próprias, o jornal *Beira-Mar* assegurava a sua posição no campo jornalístico através do seu público-alvo, a elite carioca, que fornecia prestígio ao jornal e a sua alta tiragem, mesmo tratando-se de um jornal alternativo.

É importante ressaltar que a aplicação dos conceitos de Bourdieu possibilita diversas discussões, interpretações teóricas, devido à complexidade do debate. Os conceitos apresentados aqui e a sua aplicação no jornal *Beira-Mar* e na comunidade CIL, é apenas uma interpretação possível dentro de um conjunto de inúmeras possibilidades.

Referências bibliográficas

AMADO, Daniele Chaves. *Nem tudo que reluz é ouro: A Última Hora, a Tribuna da Imprensa e a campanha de saneamento moral de Copacabana*. Niterói: UFF, 2012 (dissertação de mestrado).

BAPTISTA, Paulo Francisco Donadio. *Rumo à praia: Théó-Filho, Beira-Mar e a vida balneária no Rio de Janeiro dos anos 1920 e 30*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2007 (dissertação de mestrado).

BONNEWITZ, P. *Primeiras lições sobre a Sociologia de Pierre Bourdieu*. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

BOURDIEU, P. *Quelques propriétés des champs*. In: *Questions de sociologie*. Paris: Minuit, 1980. p.113-120.

- BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Lisboa: Edições 70, 1979.
- BOURDIEU, Pierre. A Gênese dos conceitos de habitus e de campo. In: BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BOURDIEU, Pierre. *Coisas ditas*. São Paulo, SP: Brasiliense, 1990.
- BOURDIEU, Pierre. L'Emprise du journalisme. In: *La Recherche en Sciences Sociales, Actes*, n. 101-102, p. 3-9, mar. 1994, p. 04
- BOURDIEU, Pierre. *Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico*. São Paulo: UNESP, 2004.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- BOURDIEU, Pierre. Sobre o Poder Simbólico. In: BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BOURDIEU, Pierre. *Sociologia* (org. Renato Ortiz). São Paulo: Ática, 1983.
- BURKE, Peter *O que é história cultural?* Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- ELEUTÉRIO, Maria de Lourdes. Imprensa a serviço do progresso. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de (Orgs). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.
- ELIAS, Norbert; SCOTSON, John L. *Os estabelecidos e os outsiders: Sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2000.
- GOMES, Ângela de Castro. *História e historiadores*. Rio de Janeiro: FGV, 1996.
- LAHIRE, Bernard. Campo. In: CATANI, A.; NOGUEIRA, M.; HEY, A.; MEDEIROS, C. (Orgs.) *Vocabulário Bourdieu*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.
- LE GOFF, Jacques. A história nova. In: LE GOFF, Jacques (Org.). *A história nova*. São Paulo: Martins Fontes, 2005. p. 32-75.
- MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de (Orgs). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.

MARTINS, Luis Carlos dos Passos. *Pensar a História com e além de Bourdieu: experiências de pesquisa*. Porto Alegre: Editora Fi, 2017.

MAUGER, Gérard. Violência simbólica. In: CATANI, A.; NOGUEIRA, M.; HEY, A.; MEDEIROS, C. (Orgs.) *Vocabulário Bourdieu*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

NOGUEIRA, Cláudio Marques Martins. Espaço social. CATANI, A.; NOGUEIRA, M.; HEY, A.; MEDEIROS, C. (Orgs.) *Vocabulário Bourdieu*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

O'DONNELL, Julia Galli. *Um Rio Atlântico: culturas urbanas e estilos de vida na invenção de Copacabana*. Rio de Janeiro: UFRJ/Museu Nacional, 2011.

OLIVEIRA, Lúcia Lippi. *Estado Novo: ideologia e poder*. RJ: Zahar Editores, 1982.

POCOCK, John. *Linguagens do ideário político*. São Paulo: Edusp, 2003.

SALLUM JR, B.; BERTONCELO, E. R. Classe social. In: CATANI, A.; NOGUEIRA, M.; HEY, A.; MEDEIROS, C. (Orgs.) *Vocabulário Bourdieu*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

SEVCENKO, Nicolau. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio. In: Sevcenko, Nicolau (Org.). *História da vida privada no Brasil*. v.3: República – da Belle Époque à era do rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SILVA, Gislene. De que campo do jornalismo estamos falando? *Revista Matrizes*. São Paulo, n. 02, p. 197-212, ago.-dez. 2009.

SILVA, Lucas Silva da. *Porto Alegre e a Segunda Guerra Mundial (1939-1945): impactos no cotidiano da capital gaúcha*. Porto Alegre: PUCRS, 2009 (dissertação de mestrado).

WACQUANT, Loïc. Habitus. In: CATANI, A.; NOGUEIRA, M.; HEY, A.; MEDEIROS, C. (Orgs.) *Vocabulário Bourdieu*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

FONTES DOCUMENTAIS

Seguro contra acidentes na prática de esportes. Beira-Mar. Rio de Janeiro. 17 de junho de 1944. p.10.

Domingueira. Beira-Mar. Rio de Janeiro. 15 de fevereiro de 1931. p. 8.

Mexendo. Beira-Mar. Rio de Janeiro. 18 de maio de 1930. p. 8.

A gasolina e os automóveis de luxo. Beira-Mar. Rio de Janeiro. 23 de maio de 1942. p. 3.

Primeiro estabelecimento do Rio adaptado ao “black-out”!. Beira-Mar. Rio de Janeiro. 30 de outubro de 1943. p. 87.

ⁱ Foi um comerciante, investidor, que já tinha ajudado a fundar o extinto jornal *Copacabana*, entre outros.

ⁱⁱ Este termo foi utilizado pelo jornal para designar os bairros de Copacabana, Ipanema, Leme.

ⁱⁱⁱ Escritor muito lido nos anos 20, tratava da boemia parisiense, vícios da elite brasileira, das praias no Rio de Janeiro etc.

^{iv} O termo “dominados” é utilizado por Pierre Bourdieu para reforçar o ciclo de reprodução da dominação, no qual estes possuem menos poder simbólico e conseqüentemente, capital, dentro da hierarquia vigente. No nosso caso, o termo equivale as “classes populares”, em detrimento dos “dominantes” que seriam a elite carioca da comunidade CIL.