

ARTIGO

Entre “lava-pés” e “lava-mãos”: valores, hierarquias e poder aristocrático nas baladas elitizadas¹

DANIEL MACHADO DA CONCEIÇÃO

ALEXANDRE FERNANDEZ VAZ

Champanhe da discórdia

No verão de 2018, especificamente no período de carnaval, a postagem de um vídeo² repercutiu nas redes sociais no Brasil. O vídeo mostrava a figura de um milionário, assíduo frequentador dos famosos *beach clubs*³ em Florianópolis/SC, que adquirira algumas garrafas de champanhe da marca Veuve Clicquot Brut e utilizava seu conteúdo para lavar os pés sujos de areia da praia. Rapidamente, o vídeo “viralizou” e ganhou notoriedade, dividindo opiniões. Em alguns internautas gerou inveja, em muitos outros consternação e repulsa em razão do exibicionismo.

Alguns dos comentários continham insultos e ataques que miravam o suposto desconhecimento do rico sobre a realidade⁴ vivida pela grande maioria da população brasileira. Lavar os pés com champanhe constituir-se-ia em falta ética e atentado contra a moral coletiva. Nos movimentos de rápida classificação binária, o exibicionismo captado pela lente “ingênuo” de um aparelho celular estaria do lado mau, isto é, constituindo-se como agressão aos desafortunados, passando a portar o selo de um ato de injustiça.

1 O trabalho é resultado parcial do Programa de Pesquisas Teoria Crítica, Racionalidades e Educação (V), financiado pelo CNPq e pela UFSC. Agradecemos o apoio do Programa de Bolsas Universitárias de Santa Catarina UNIEDU/Pós-Graduação. Reconhecemos os colegas Dra. Miriam Grossi (UFSC), Dr. Wagner Camargo (UFSCar) e Dr. Cristiano Mezzaroba (UFS) pelas leituras criteriosas e pelas ponderações ao texto.

2 Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=b66amviZdbE>>. Acesso em: 20 de Fev. 2018.

3 Clubes de praia mundialmente famosos por suas festas (baladas) voltadas para um público de alto poder aquisitivo. Localizadas no bairro Jurerê Internacional, bairro idealizado para um seletto grupo elitizado, com ruas planejadas e administrado em modelo de condomínio. Muitas vezes é comparado a Ibiza, balneário espanhol, por causa de suas praias, festas e circulação de ricos e famosos de todo o mundo.

4 Em setembro de 2017, a reportagem publicada na versão *on-line* do jornal El País destacou que 5% do brasileiros mais ricos detiveram a mesma fatia de renda dos outros 95%. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/09/22/politica/1506096531_079176.html>, Acesso em 20 de Fev. 2018.

Este breve texto procura pensar sobre esse fato e alguns outros⁵ observados nos espaços festivos das baladas florianopolitanas. Um de nós atuou também, durante sete anos (2008-2015), como agente de segurança prestando serviços em vários *beach clubs* de Florianópolis. Ele foi, portanto, “assíduo frequentador⁶” desses espaços, o que nos autoriza a dizer que o fato registrado no vídeo não é isolado e não surpreende quem comparece aos eventos. Não se trata de evocar certa “excentricidade” do milionário e muito menos legitimar sua postura, conhecida também entre os frequentadores e prestadores de serviço dos *beach clubs* da cidade. Pretendemos desvelar neste artigo ações que, naturalizadas, podem passar despercebidas no universo sociocultural.

Lembremos a cena: um homem branco de meia-idade com os pés sujos de areia da praia está em uma festa para frequentadores com alto poder aquisitivo. Este, doravante denominado de *milionário*, pois foi assim identificado pela mídia, faz demandas a um contingente de prestadores de serviço. Seus pés sujos são limpos com o líquido universalmente reconhecido como de uso em comemorações, o que para alguns significa uma profanação. O precioso líquido possui um preço alto no cardápio de bebidas ofertadas durante os eventos. O champanhe Veuve Clicquot Brut comprado pelo milionário no *beach club* pode variar entre R\$ 600 e R\$ 800 a garrafa de 750ml, a de 1500ml chegando a algo entre R\$ 1 mil e R\$ 1,3 mil. Bourdieu (2007) indica que determinadas bebidas são vinculadas a um estilo de vida, o champanhe seria apropriado para festividades e comemorações, portanto, ao segurar um copo, o próprio ato de beber ou mesmo a atitude de banhar-se envolve mais do que o prazer de consumir o produto, diz respeito a um momento de reconhecimento e de valorização (Da Conceição 2012). As baladas são um lugar característico para demarcar distinção de classe.

Os clubes e casas noturnas em Florianópolis/SC, no ano de 2014⁷, somadas as vendas de champanhe e de espumante, foram considerados os maiores consumidores do líquido festivo na América Latina. Seu uso para lavar os pés ganhou um tom de ostentação (palavra que tem notoriedade com a ascensão dos *novos ricos*, indivíduos ou grupos familiares que nos últimos anos conseguiram certa mobilidade social ou a ampliação de seu poder aquisitivo, passando a usufruir de bens de consumo com objetivo de dar visibilidade a sua nova condição) ao ser gasto de maneira tão *banal* ou de forma a “desvirtuar” seu propósito. Muitos ao questionar a atitude do milionário afirmam haver finalidades mais adequadas para o precioso líquido e, principalmente, para o dinheiro gasto na bebida. Esses fatos que envolvem o produto e sua fetichização são suficientes para despertar um debate com base ética e moral, mas elas não bastam.

Voltaremos a falar sobre esses dois pontos mais à frente, mas evidenciamos uma terceira relação que parece passar despercebida. Na cena, o que devemos ponderar diz respeito ao fato de o milionário não limpar os próprios pés, mas sim solicitar a um atendente, seu garçom, para fazê-lo. Aqui está um

5 Rasgar ou queimar cédulas de dinheiro, comprar bebidas e despejar o líquido no chão ou em pessoas e pagar para que o DJ toque a música de seu interesse. Como em certa ocasião durante uma festa com música eletrônica no ano de 2010, quando um rico criador de gado ofereceu dez mil reais para que uma determinada música sertaneja “de raiz” fosse executada. Depois de uma certa relutância da gerência da casa, a música foi ouvida.

6 A frequência nesse caso, colocada de maneira assimétrica com os clientes, destaca um outro lugar. Um lugar de subalternidade, de trabalho para prestação de serviço àqueles que buscam diversão.

7 Matéria publicada no jornal Diário Catarinense com o título: Jurerê é um dos maiores consumidores de champanhe da América Latina, aponta grupo de luxo LVMH. Link disponível em: <http://dc.clicrbs.com.br/sc/noticias/noticia/2014/02/jurere-e-um-dos-maiores-consumidores-de-champanhe-da-america-latina-aponta-grupo-de-luxo-lvmh-4405994.html>. Acesso em 08 de Jan. 2019.

fato que marca as relações históricas entre ricos e pobres no Brasil. Mais uma vez, podemos ver que o ideal republicano não tem suficiente impacto nas relações sociais e continuamos a nos portar como se estivéssemos em uma sociedade aristocrata que guarda os ranços do escravismo. Como sugerido por Souza (2018, p. 23), são relações de dominação destinadas a perpetuar a desigualdade e a miséria de muitos em nome dos privilégios de uma meia dúzia. Um exemplo de tal relação e mentalidade pode ser observada no romance *Os varões assinalados* de Tabajara Ruas (2003), narrativa ficcional de vários episódios históricos relacionados à Revolução Farroupilha, ocorrida nos estados do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina entre os anos de 1835 e 1845. Na narrativa podemos observar os ideais republicanos que motivaram a revolução sendo aclamados em meio a uma sociedade escravista, sinalizando para os escravos uma possibilidade de liberdade ao se desejar construir uma nova nação autônoma em relação aos ditames do Império do Brasil. O principal personagem no romance, Bento Gonçalves, o presidente da almejada república, parece conviver com um dilema centrado na relação de dominação:

O bom conde queria libertá-los [os negros]. Bento Gonçalves jamais poderia viver sem um escravo. Quem lustraria suas botas? Quem as descalçaria quando voltava arreado do campo ou das marchas? Quem serviria o mate, encilharia o pingo ou enrolaria o palheiro? Era implausível, era injusto. Intolerável? (Ruas 2003:213)

Essa passagem apresenta um dilema que supostamente estava presente em Bento Gonçalves. Uma contradição que se põe muito significativa para afirmar que mesmo as ponderações civilizadas de uma revolução não eram suficientes para que o ranço aristocrático de ser servido e o viver dos privilégios fossem superados. Esse parece ser um traço que constitui a cultura dos grupos mais afortunados. Sérgio Buarque de Holanda (1995:38) argumenta que “uma digna ociosidade sempre pareceu mais excelente, e até mais nobilitante, a um bom português, ou a um espanhol, do que a luta insana pelo pão de cada dia”. E, acrescenta: “O que ambos admiram como ideal é uma vida de grande senhor, exclusiva de qualquer esforço, de qualquer preocupação” (*idem*). No livro *Casa-Grande e Senzala*, Gilberto Freyre também descreve essa postura de ociosidade e de relação servil.

Escravos que se tornaram literalmente os pés dos senhores: andando por eles, carregando-os de rede ou de palanquin. E as mãos – ou pelo menos as mãos direitas; as dos senhores se vestirem, se calçarem, se abotoarem, se limparem, se catarem, se lavarem, tirarem os bichos dos pés. De um senhor de engenho pernambucano conta a tradição que não dispensava a mão do negro nem para os detalhes mais íntimos da toaleta; e de ilustre titular do Império refere von den Steinen que uma escrava é que lhe acendia os charutos passando-os já acessos à boca do velho. (2004:517)

Esse mesmo sentimento parece ter permanecido em alguns estratos sociais, os quais constantemente desejam reafirmá-los em meio às ações cotidianas colocadas como naturais. Destaque-se o recorte profissional, o perfil étnico racial do grupo que desempenha as atividades reconhecidas como subalternas na sociedade brasileira. Nas baladas facilmente podemos identificar um grupo social e étnico predominante nas atividades de garçom e segurança. Tal fato serve para evidenciar que o processo

histórico que visava permitir mobilidade social e a suposta ascensão social de um grande grupo populacional não foi efetivado. As atividades subalternizadas continuam a ser exercidas e ocupadas em sua grande maioria por serviçais negros e pardos.

Voltemos à pose do milionário estirado em sua cadeira com os pés erguidos sobre a champanheira⁸ e o garçom lavando seus pés. Atitudes como essa representam o rito brasileiro do “você sabe com quem está falando?”, que implica uma separação radical e autoritária de duas posições sociais, real ou imaginariamente diferenciadas, tal como desenvolveu Roberto DaMatta (1997). No vídeo, identificamos claramente as duas posições: de *senhor* e de *serviçal*. Não precisa ser dito nada, nem o famoso “carteiraço” ser realizado. Na imagem, uma relação hierárquica se impõe entre os dois personagens. Um deve trabalhar para que o outro possa usufruir o momento de ostentação. O milionário quer ser reconhecido como pertencente à “elite do dinheiro” (Souza 2017), mostrando seu poder econômico (capital econômico) para expressar publicamente seu lugar social e ter com isso reconhecimento e influência. Essa “elite do dinheiro” pode ser identificada como um grupo ainda mais seletivo dentro da elite econômica. São os que guardam os valores aristocráticos vividos por uma nobreza que se constitui, como outrora, de “homens verdadeiramente livres, isto é, que escapam por inteiro dos costumes banais” (Duby 1989:4), aqueles “nobres da terra, opulentados de engenhos e fazendas, com seu histórico desdém pelos peões e mercadores” (Vianna 2005:86). Diferentemente de tempos anteriores, os “nobres da terra” podem ser reconhecidos como ligados ao agronegócio, porém na atualidade atuam e vivem de dividendos de especulações nas bolsas e outros negócios rentáveis ligados aos diversos mercados financeiros. Sua marca mais característica é o desdém pelos inferiorizados economicamente, eixo que permanece marcando as relações.

Para ajudar a entender esse grupo seletivo de indivíduos que fazem parte de uma elite dentro da elite, o texto de Antônio D. Cattani (2009), com o título *Riquezas e desigualdades*, traz a expressão *Hight Net Worth Individuals* (HNWIs) designando indivíduos que têm suas capacidades econômicas e sociais asseguradas pela posse de grandes fortunas. Eles podem ser caracterizados por três aspectos: desvinculação de dimensões físicas do capital e de amarras nacionais, personificação das fortunas e faustoso padrão de vida (Cattani 2009: 552).

Ao propor um comentário sobre o vídeo, este texto pretende desvelar parte das relações que são produzidas no espaço das baladas e que representam um manto aristocrático que encobre interesses e privilégios de uma classe que se reconhece como nobre. Principalmente, ao envolver as duas últimas características apresentadas por Cattani (*idem*), a personificação da fortuna e o faustoso padrão de vida.

Em um movimento simétrico, ambos os lados – “senhor” e “serviçal” – são emparelhados, porém não em igualdade. O primeiro promove uma valorização do grupo ou de “indivíduos bem-sucedidos”, atribuindo, na outra face, ao grupo menos afortunado um lugar de subalternidade e subserviência. No esforço para elaborar a interpretação proposta, propomos as expressões “lava-pés” – ato de prestar um serviço ao “senhor” –, e “lava-mãos” – o ato de ganhar a fidelidade do “servo”. Ambas serão articula-

8 Recipiente como um balde no qual são colocadas as bebidas e gelo para conservar sua temperatura.

9 Expressão utilizada para pessoa investida com determinada autoridade ou posição, que dela faz uso para levar vantagem em inúmeras situações. Exemplo: policial que quer participar da festa sem pagar o ingresso apresenta sua carteira de identificação profissional e assim tem acesso gratuito ao evento.

das para uma melhor apresentação dos argumentos que buscam identificar valores, hierarquia e poder aristocrático. São duas expressões identificadas como categorias opostas e complementares para tentar abarcar fenômenos na dialógica interacional das relações sociais no espaço das baladas. Nesse exercício de análise, a experiência etnográfica¹⁰ na atuação de um de nós como agente de segurança contribuiu para melhor entender a dinâmica dos eventos.

Ao destacar diferenças entre os indivíduos, apontamos a hierarquia como um conceito importante para observação do fenômeno. Admitimos que hierarquia é “um princípio de gradação dos elementos de um conjunto em relação ao conjunto” (Dumont 2008: 118). Se outrora o elemento mais preponderante que marcou a distinção social entre indivíduos foi o capital religioso, na atualidade os valores que dão gradação dentro do conjunto estão muito mais relacionados aos capitais econômico, social e cultural. Por essa razão, Dumont (*idem*: 66) afirma que “é compreensível e natural que a hierarquia englobe os agentes sociais e as categorias sociais”. A hierarquia identifica um lugar para os indivíduos, atribuindo posição e um status social. O status social está ligado à localização no interior da estrutura social, e a posição social a um lugar dentro da organização social, logo, estamos falando de estratificação social que tem por base valores econômicos e sociais, e culturais como marcadores valorativos ou depreciativos de um indivíduo ou de um grupo. A partir dessa definição da hierarquia de ordem *stricto sensu*, vertentes distintas representadas por Roberto Da Matta e Jessé de Souza, que procuram descrever a formação do Brasil contemporâneo, podem ser articuladas para uma melhor análise do que pretendemos observar. Nossa observação e argumentação articula as expressões hierárquicas que identificam um lugar de distinção entre os indivíduos. Uma gradação de elementos que se impõe como vista ao exterior (*ibidem*: 128). Nosso objetivo é perceber ações e comportamentos que coadunam com a hierarquia de uma sociedade aristocrática e que ainda aparecem na atual sociedade brasileira republicana.

“Lava-pés”

O sentido que geralmente associamos à expressão “lava-pés” remete ao ritual religioso cristão em que Jesus, o Mestre, mostra sua humildade ao lavar os pés de seus discípulos. No entanto, essa ação nunca foi muito bem-vinda e aceita entre aqueles que detêm o poder, os quais procuram por meio dele oportunidades para se diferenciar e exaltar a autoridade que possuem. Como prática cotidiana, lavar os pés também significou a necessidade de limpeza para quem chega da rua e pretende entrar na casa. Quase como um ritual, na sociedade escravocrata os pés dos senhores ou seus convidados eram lavados pelos escravos, bem como seus calçados (sapatos e botas) eram retirados ou colocados com sua ajuda. Essa ação marca a posição hierárquica dos indivíduos, definindo a relação de dominação.

Norbert Elias (2001), ao descrever a Sociedade de Corte francesa, apresenta práticas que afirmavam os inúmeros privilégios que os nobres usufruíam no interior de uma cultura voltada para o ócio

10 Para conhecer mais sobre a etnografia realizada nas baladas em Florianópolis, acessar o artigo: “Estar” segurança da festa: uma etnografia sobre o processo de aprendizagem dos agentes de segurança das principais casas noturnas de Florianópolis. Revista de Antropologia da UFSCar, 8, jul./dez. 2016. Disponível em: <http://www.rau.ufscar.br/wp-content/uploads/2016/12/Vol8no2_09_daniel.pdf>

em que as ações manuais eram desempenhadas por serviçais diversos. Roberto Da Matta (1997) faz a mesma observação ao perceber os valores culturais presentes na sociedade brasileira escravista e que permanecem sendo aceitos na sociedade supostamente republicana. Um desses valores é apresentado por Carmo (1998), ao descrever a criação de um círculo vicioso expresso na busca de fazendeiros e comerciantes em adquirir fortuna para poder viver ao modo dos nobres. Para ser bem-sucedido em meados do século XIX, era necessário obter escravos para estar liberado das atividades banais e se dedicar à cultura do ócio. Assim, mesmo atividades simples como tirar botas, vestir um casaco e abrir portas, apreciadas como banais, representam muito a necessidade de ser servido e viver do ócio. Mais que uma dependência de um outro para realizar determinada atividade, é uma necessidade para mostrar poder de influência sobre o outro e adquirir status no meio social.

Mantido à custa de escravos, o ócio, ansiosamente almejado por todos, tampouco induzia alguém a cuidar melhor até de sua própria casa, pois o importante como sinal de prestígio entre os seus semelhantes era ser visto e reconhecido na rua quando servido por escravos. (Carmo 1998: 29).

Sobre as baladas em Florianópolis/SC, podemos nelas supor a perpetuação de uma sociabilidade aristocrática quando reconhecemos os “nobres da terra”, “elite do dinheiro” ou os HNWIIs entre seus frequentadores. Podemos observá-la de imediato na maneira como os espaços no ambiente festivo são ocupados. Foucault (1987) permite orientar o olhar para perceber a disposição dos indivíduos que demarca as relações de poder. Nas baladas, os lugares mais cobiçados, com a melhor visão para atração principal ou espaços reservados e delimitados, são chamados de camarotes. Essa prática no Brasil tem recebido o nome de “camarotização”, isto é, segregar espaços exclusivos, permitindo que os estratos sociais fiquem marcados, recebendo sua valoração. A ascensão dos novos ricos no país estimulou a crescente “camarotização” dos espaços em eventos diversos, como esportivos, teatrais e musicais. Esse movimento, no entanto, não é novo. Sennett (1998) destaca que em 1750 na Europa, mais precisamente, na Inglaterra e França, os teatros possuíam um design que refletia a hierarquia de seu público. Os artistas se apresentavam para um segmento específico da plateia. A melhor visão das apresentações era obtida nos camarotes frequentados pela realeza, pelos senhores e pelos patrões.

O camarote tem como objetivo permitir o melhor ângulo de visão para o espetáculo. Em primeiro lugar, oferece uma condição mais favorável para ver a atração que se apresenta. Em segundo lugar, permite ser observado pelos outros frequentadores que passam a reconhecer quem ocupa a posição privilegiada no ambiente demarcando seu status, prestígio e poder. O camarote como utilidade também remete a um atendimento diferenciado e a um suposto maior conforto. Devemos destacar o que significa separar as pessoas pelo seu poder aquisitivo e cultural. Para isso, o valor dos ingressos e dos produtos consumidos promovem uma seleção em seus frequentadores. Acrescentemos as regras de sociabilidade e de circulação dos participantes que frequentam lugares elitizados por todo o mundo e passam a compartilhar um *habitus* de classe reconhecido durante as festas. Nas baladas, os clientes mais exclusivos (nobres) passam a receber atenção especial, bem como seus convidados. Por exemplo, a prática de acesso facilitado ao evento, não sendo necessário entrar ou permanecer em filas. Junte-se

ainda a “mordomia” de ser acompanhamento até seu camarote, mesa ou outro espaço. Essa ação ganha ar cerimonial, acontece toda vez que o cliente é recepcionado ao se apresentar em um acesso (porta) especial. Após a identificação de todos os membros do grupo que o acompanham, o dono (proprietário) do camarote é conduzido por uma *Hostess* (recepcionista ou anfitriã) até o local reservado para o grupo. Destacamos o papel social atribuído ao gênero feminino, em sua maioria são mulheres jovens com um padrão de beleza valorizado e aceito socialmente que estão na posição de *Hostess*. Essa situação remete à posição atribuída à mulher como empregada doméstica, pois também nos referimos aos locais dos eventos como sendo “casas noturnas” ou “casas de espetáculo”. Assim, uma “bela mulher”, a recepcionista, leva o proprietário do camarote até o respectivo local, sendo seguido por sua comitiva¹¹. Os proprietários do camarote contam com garçom exclusivo e em muitos casos com um agente de segurança fornecido pela gerência da casa para oferecer-lhes a devida proteção. Nesse cenário, as relações são hierarquizadas de maneira vertical, cada um sabe seu lugar e comportamento esperado. Geertz (2012), ao refletir sobre o simbolismo do poder, descreve cortejos em que reis e rainhas afirmavam seu carisma por meio de formas simbólicas que passam a expressar sua posição.

Quando reis viajam pelo campo, mostrando-se a seus súditos, presenciando quermesses, conferindo honras, intercambiando presentes, ou desafiando seus adversários, estão marcando seu território, como o fazem lobos e tigres com seus odores, como se esse fosse quase uma parte física deles próprios. (*idem*: 129)

A circulação da “elite do dinheiro” por espaços como as baladas permite seu reconhecimento ao reforçar seu lugar no estrato social superior. O cliente favorecido por seu capital econômico recebe atenção mais que especial. A maioria de seus desejos será atendida, com o objetivo de proporcionar máximo aproveitamento do evento sem que haja qualquer tipo de preocupação. Por outro lado, os prestadores de serviço devem atender com qualidade e total subserviência, pois só assim a experiência do cliente será completa. As expressões sentir-se “como um rei” ou “como um lorde” são apropriadas para a situação. O camarote no decorrer dos eventos desperta atenção dos frequentadores à medida que o grupo passa a ser reconhecido por contar com personagens famosos ou pelo grande número de mulheres que o compõem. Esse fato somado ao consumo de bebidas, principalmente a champanhe, faz com que determinado camarote seja mais valorizado do que outro. A necessidade pela valorização e reconhecimento faz com que aconteça muitas vezes uma disputa entre os proprietários dos camarotes, pois ao fazer um pedido de alto valor, a entrega é feita ao comprador de maneira performática, com um fila de garçons com sinalizadores, os quais exibem os itens adquiridos, colocando as garrafas para o alto e realizando a entrega dos produtos com muita alegria. Luzes são direcionadas para o camarote que recebe o reconhecimento e o destaque de seus membros. A disputa acontece quando um ou mais camarotes passam a desafiar os outros, fazendo maiores aportes financeiros na compra de bebidas, as quais ressaltam a sensação de poder e gozo infinitos.

¹¹ Amigos, agregados e as muitas amigas. A maioria absoluta dos camarotes e outros espaços restritos são comprados por homens. Assim, o número de mulheres em um camarote acompanhando o proprietário e seu grupo de amigos passa a ser marca de distinção e prestígio. Isso independe se as mulheres são amigas com laços de afinidade ou contratadas como acompanhantes.

O vídeo, objeto de debate na arena da internet, por mais inconformismos que veio a produzir, na verdade, só despertou para parte das relações que estão dadas. Parece estar colocado como chocante o desperdício da bebida ou mesmo o seu preço. Nessa primeira crítica, podemos apresentar uma contradição, pois no momento festivo se tem uma autorização tácita para fazer jorrar o precioso líquido sobre os amigos e outros frequentadores, de forma que é permitido tomar banho com ele sem receber reprimendas. O desperdício banal quando comparado com a lavagem dos pés não se diferencia, apenas muda de lugar, dos pés para a cabeça. O argumento usado por dezenas de pessoas nas redes sociais sobre o “milionário não ter ciência da realidade em que vive o povo brasileiro” não faz sentido na lógica que opera nos *beach clubs*, que é justamente de se “distinguir” das condições das camadas médias e baixas. A chamada “ostentação” tem entre seus significados pavonear, exhibir, vangloriar, estampar, mostrar, alardear e apresentar. Quando presente entre os HNWIs, ostentação significa demarcar status e prestígio entre pares. Ela é parte do jogo de sociabilidade que permite manter o caráter de distinção e de pertencimento a um grupo seletivo. Há outros elementos de distinção que a ela se somam, como local de residência, tamanho da casa, marca e modelo do carro, viagens, roupas, acessórios etc. Todos são considerados marcadores de pertencimento e reconhecimento dentro do grupo. Consumir bebidas caras e sofisticadas, usar roupas bem cortadas, significa não só um bolso recheado, mas uma superioridade inata, expressão de uma humanidade superior (Souza 2018:45). Em trabalho anterior sobre os *beach clubs*, refletimos sobre a ostentação como central nesses espaços de distinção. Em outro lado dos gastos exorbitantes e de sua valorização, estão algumas atitudes e excentricidades¹². É algo que parece não ser uma expectativa consciente de impunidade, está em um patamar anterior, mostrando-se como sentimento de permissividade. Ao se reconhecer como pessoa muito importante, as regras e, mesmo em alguns casos, as leis, parecem não ser inibidoras de algumas ações, pois percebe estar em posição acima ou afastada da obrigação de seguir determinadas convenções sociais. Entre as quais podemos citar o desejo de fumar em ambiente fechado, estacionar veículo em local proibido, desejo de acessar as festas com roupa inadequada ou inapropriada de acordo com as regras da casa, retirar a camisa ou camiseta durante a festa, praticar violência e assédio sexual contra mulheres, principalmente aquelas não pertencente ao seu grupo de afinidade, bem como a impaciência em aguardar sua vez no atendimento, pois entende sempre ter prioridade.

Elias (2001), como já citado, observou que determinados hábitos eram esperados no padrão de vida da Sociedade de Corte, pois visavam demarcar o status e o prestígio. O padrão faustoso de vida se fazia necessário para demonstrar o poder junto à classe pertencente. Inspirados nessa observação, podemos afirmar que o consumo exibido durante as baladas faz parte do padrão presente e esperado por nobres que necessitam lutar constantemente para marcar sua posição. Portanto, os gastos exorbitantes ocorrem devido à pressão dentro do grupo. O pertencimento conduz e exige o consumo apresentado, fazendo, assim, parte do jogo das relações. A ostentação é característica marcante da dinâmica em que os participantes disputam o status de pertencer ou de ser rebaixado no círculo social, em uma busca incessante por prestígio (Da Conceição 2012).

12 Superstições, roupas espetaculares ou desejo de ficar sem elas, danças exóticas, espalhafatosas e sensuais, atos sexuais escondidos na penumbra, atrás de cortinas ou do grupo de amigos, sem contar o uso de entorpecentes, como lança perfume, cocaína e ecstasy.

O lava-pés simboliza a demarcação do privilégio para uns e a submissão para outros. Atua para reforçar o marcador pautado na hierarquia vertical das relações na sociedade brasileira. Ao utilizar essa expressão, não nos restringimos ao simples ato de lavagem dos pés, mas a um leque de expressões¹³ de subalternidade em prol de ‘mimar’ o cliente, de exaltar o jeitinho ou as relações privilegiadas oriundas do capital social e diretamente ligadas ao capital econômico (Souza 2015:86). Entre tais ações podem ser destacadas: a maneira mais sociável de falar, a busca constante por solucionar os problemas do cliente, como ter um isqueiro para acender um cigarro, um chiclete ou bala, um novo copo de bebida, disponibilizar um garçom de maneira imediata, achar um banheiro mais exclusivo, permitir sua saída e retorno à balada, ser acompanhado por um segurança enquanto circula pela casa¹⁴, facilidades no fechamento da conta, acessos exclusivos, descontos e cortesias.

Os momentos de tensão ou conflito dos HNWIIs com outros personagens da festa acontecem mediante a afronta aos privilégios e ao não reconhecimento de seu status e posição social. Conflitos com outros clientes geralmente estão relacionados com a disputa pela posse do lugar legítimo, no caso do camarote ou das mulheres pertencentes ao grupo. Da mesma forma, na defesa da “honra” de algum amigo ofendido ou desrespeitado. Foram muitas as experiências de um de nós como agente de segurança, reprimindo excentricidades, barrando o acesso, solicitando que se espere a solução de problemas, indicando espera na fila, impedindo agressões e inibindo práticas que colocavam em risco outros clientes. Sempre que questionada, foi por meio de críticas e reclamações veementes que partiram de personagens pertencentes à elite do dinheiro. Os nobres esperam sempre ser paparicados, reconhecidos e assim usufruir dos privilégios. No entanto, quando recebem um tratamento igualitário ou são confrontados, agem como crianças mimadas, o que faz parte do quadro de infantilização de como são tratados a maior parte do tempo. Os nobres têm seus caprichos atendidos de maneira imediata, e o comportamento semelhante a crianças mimadas aparece, por exemplo, nos bens de consumo – casas, carros e outros veículos motorizados – mencionados como “brinquedos”.

O agente de segurança não conhece todos os “nobres” e seus respectivos privilégios. Aqueles que são assíduos frequentadores, com o passar do tempo, são facilmente identificados, mas a grande circulação de clientes durante o ano ou temporada, impede gravar na memória todos os rostos e nomes para identificação futura. O agente de segurança, ao não reconhecer um HNWI, pode ter sua autoridade questionada de forma até mesmo constrangedora. Como consequência, insultos são facilmente proferidos e com total intenção de indicar para o alvo o seu lugar na estrutura social.

As ofensas mais comuns ouvidas na experiência pessoal de um de nós foram “macaco”, “negro safado”, “seu merda”, “alguém sem estudos”, “subalterno”, “alguém sem pai e sem mãe”, “um sem nada”, “zé

13 Há ações que se enquadram no mesmo sentido atribuído ao manto aristocrático presente em modalidades esportivas como golfe, tênis e polo. No golfe, o jogador é acompanhado por um escudeiro que carrega sua bolsa com tacos; no tênis, temos os boleiros que constantemente recolhem e disponibilizam as bolinhas, assim como oferecem as toalhas para enxugar o suor; no polo, temos práticas semelhantes, inclusive de pessoas que auxiliam na retirada das botas dos atletas. Esses são traços aristocráticos que de maneira simples continuam a transmitir uma mensagem de subserviência e de separação radical entre os “nobres” escolhidos e seus “servos”.

14 A expressão casa remete à casa noturna, mas não podemos esquecer, conforme Da Matta, que a casa tem significado de lugar privado e a rua de espaço público. A casa é onde as relações íntimas e particulares são vivenciadas. Além disso, a estética do espaço facilmente se confunde com a residência dos frequentadores. Os beach clubs funcionam durante o dia e parte da noite, não ultrapassando às 22h, em razão de estarem localizados em área residencial. Sua dinâmica e administração seguem a mesma operação dos eventos noturnos.

ninguém” e “ignorante por não saber como as coisas funcionam”. Todas essas expressões falam sempre da condição do sujeito, no caso particular, um negro com uniforme de agente de segurança.

Quando o cliente compartilha do mesmo nível hierárquico ou tem certa proximidade, mesmo que de maneira subjetiva, as expressões ofensivas tendem a falar da falta de educação, da brutalidade, da impaciência, da agressividade etc., maus comportamentos atribuídos ao agente de segurança no desempenho de sua atividade profissional. As ofensas seguem essa dinâmica, porém não é algo fixo, pois no momento de descontrole, as pessoas deixam aflorar seus mais cruéis sentimentos. Entretanto, os elogios também tendem a seguir o mesmo padrão, a elite do dinheiro facilmente utiliza-se do reconhecimento da posição que o serviço ocupa para proferir um elogio, a exemplo de: “mesmo sendo um negro grande, você é muito educado, parabéns!”

Podemos observar que quanto mais próximos na pirâmide social cliente e segurança estiverem, mais as ofensas e queixas sobre a atuação dos serviços pautam-se no mau comportamento. Por outro lado, quanto mais distante se colocar a distinção entre os estratos, há uma tendência de os clientes “nobres” reforçarem tal diferenciação acionando questões étnicas, educacionais, etárias e econômicas, reais ou imaginadas, para indicar o lugar que o serviço ocupa na estrutura social. Antes de qualquer avaliação negativa referente à qualidade do trabalho, o que se pode ouvir são xingamentos quanto a sua identidade e posição social.

“Lava-mãos”

Quando discutimos o lava-pés identificamos os subalternos como condenados a aceitar uma condição de inferioridade. O “lava-mãos” é uma outra prática muito comum nas baladas e continua a evidenciar o poder econômico como mediador. Para isso, são utilizados presentes ou as chamadas “gorjetas”, dadas por clientes aos prestadores de serviço e funcionários que se destacam na relação servil. Esse reconhecimento diz respeito à apresentação de um atendimento de excelência e ou que proporcione facilidades aos clientes, como fumar em área proibida (fazer “vista grossa”) ou permitir acesso de amigos e amigas sem as credenciais, as pulseiras de identificação. Vejamos um exemplo dessa dinâmica. O mesmo milionário do vídeo inúmeras vezes entrou em *beach clubs* e casas noturnas distribuindo “onças” e “garoupas”¹⁵ como se estivesse entregando cartões de visita. Durante os sete anos de trabalho, um dos autores deste artigo pôde receber algumas delas, como em uma ocasião no ano de 2012, logo após a casa noturna abrir suas portas, quando poucas pessoas estavam em seu interior, a maioria eram garçons e seguranças. O mesmo milionário entrou perguntando qual era o nome dele para cada um dos prestadores de serviço. Solicitava que falassem alto o seu nome e todos aqueles que respondiam corretamente recebiam cédulas de dinheiro no valor de cinquenta reais. Depois continuou andando pela casa noturna distribuindo para os outros funcionários que passavam próximos a ele. Podemos ver que essa é uma prática até mesmo consolidada no Brasil e muito aceita, quando pensamos que Sílvio Santos, um apresentador de programa de televisão em rede aberta nacional, tem como ponto alto de sua perfor-

15 “Onça” e “garoupa” são os animais estampados nas cédulas de cinquenta e de cem reais respectivamente. As gorjetas sempre eram contadas e compartilhadas pelos seguranças informando a quantidade de onças (R\$ 50,00) e garoupas (R\$ 100,00) recebidas.

mance o arremesso de aviõezinhos feitos com cédulas de dinheiro para sua plateia. Devemos destacar que as mesmas condições estão sendo postas em evidência. Uma relação de troca que, se colocada em eterno desequilíbrio, apenas um pode dar o presente ao outro que deve, então, por meio de sua fidelidade, retribuir em favores ao doador. Gilberto Freyre (2013) destaca a relação senhor e escravo no Brasil como simbiótica, um sentimento de cooperação para além da simples dependência de um pelo outro.

O lava-pés parece ter chamado a atenção pelo desperdício do líquido precioso e o valor pago pelo produto. Entretanto, quando o dinheiro é distribuído diretamente não gera a crítica contumaz de exibicionismo ou ostentação, sendo seu reflexo imediato chamar a atenção dos serviçais que literalmente brigam para ter a oportunidade de atender clientes “nobres” e benevolentes. Esse processo torna o funcionário, entretanto, um “serviçal voluntário” e devedor da dita boa ação, pronto à retribuição. Trata-se de relação de subalternidade e mesmo em alguns momentos de humilhação consentida em troca de uma gorjeta, a exemplo da ação do garçom que lavou os pés do milionário com champanhe. Ele provavelmente recebeu a gorjeta antes do ato, ou esperava recebê-la depois da lavagem.

O “lava-mãos” é uma ação tão corriqueira que muitos não percebem a subserviência ou subalternidade que produz. Nas relações de dádiva (Mauss 2003), todo produto ofertado implica em troca imediata ou futura. Ao receber um valor em dinheiro como presente, o fato de não poder retribuir à altura acaba por criar uma barreira que novamente passa a hierarquizar verticalmente os sujeitos, definindo o lugar de cada um. Coelho (2001), no artigo intitulado *Sobre agradecimentos e desagradados: trocas materiais, relações hierárquicas e sentimentos*, procura demonstrar essa ação ao descrever a relação da patroa e sua empregada doméstica. A primeira realizaria o ato de presentear com dois objetivos, um como obrigação porque sente como uma atitude esperada, e outro como interesse, pois espera em contrapartida lealdade e fidelidade. O sentimento que passa a engendrar a relação remete a aspectos de nossa cultura brasileira, o sentimento de gratidão. Brites (2007) aponta que a rotina na relação patroa e empregada doméstica tende a naturalizar a desigualdade expressa no sentimento de afetividade o qual não rompe com o distanciamento social. Representa a lógica de uma sociedade hierarquizada e estratificada que fabrica uma divisão social em que cada um saiba o seu lugar.

A troca simples e direta de presentes em igualdade de condições acaba por não ser uma expressão possível para representar essa relação, pois os funcionários e prestadores de serviço não retribuem a seus clientes objetos materiais. Coelho (2001: 272) sugere esticar a ação de retribuição para além da troca de produtos, indicando a inclusão de formas imateriais de dádiva, como favores, serviços e mesmo o sentimento de gratidão e lealdade. O “lava-mãos” produzido pela elite do dinheiro não se restringe apenas aos funcionários e suas gorjetas. Outras ações também representam a distribuição de dádivas que podem produzir a mesma relação com amigos e agregados: pagar bebidas, doar pulseiras de uso em áreas exclusivas, emprestar automóveis, financiar o acesso à prostituição feminina (a chamada “acompanhante” que coloca a mulher na condição de objeto), partilhar entorpecentes etc. As dádivas colocam sujeitos na condição de devedores em estado de servidão perpétua, ainda que possa ser expressa em lealdade ou fidelidade.

(...) dar objetos é uma prerrogativa de quem ocupa a posição de maior status, cabendo àquele de menor status retribuir com um sentimento em que assinala o reconhecimento de sua posição na hierarquia – a gratidão. (Coelho 2001: 276)

A gratidão que produz o servilismo voluntário muitas vezes é fomentada pelos funcionários e agentes de segurança, que buscam criar afinidades com a elite do dinheiro, tendo por objetivo atender e ser retribuído de maneira imediata e futura, quando no retorno do cliente à casa noturna. As disputas entre garçons e seguranças para conseguir acesso e proximidade aos nobres só pode ser observada de dentro, ao se perceber a dinâmica de cooperação e competição. No momento em que os nomes dos proprietários de camarotes são anunciados para equipe durante a finalização dos preparativos do evento, começam os arranjos entre os profissionais. Os acertos passam pela simples troca de posição ou até mesmo a negociação de divisão de parte da gorjeta para compensar as mudanças. Esses acertos acontecem entre os profissionais e contam com a anuência dos responsáveis pela organização dos postos de trabalho, que muitas vezes trocam os novatos de lugar para que veteranos possam atuar nos locais próximos a clientes mais promissores a gorjetas. Os seguranças são divididos em funções como portaria, pista, acessos, camarotes, portões externos e coordenação. A atividade mais desejada por todos, além da coordenação, é ser selecionado para atuar nos acessos ou nos camarotes dos clientes. A decisão de quem deve trabalhar em determinados posto está a cargo do coordenador, que pode selecionar com base em critérios profissionais ou, como acontece rotineiramente, por afinidade ou interesses pessoais.

O “lava-mãos” acontece porque a elite do dinheiro deseja atenção e fidelidade, mas não devemos esquecer que os serviçais também estão dispostos a se submeter à condição de subserviência, racionalizando a chance de ter acréscimo financeiro por meio das gorjetas que aumentam seu pagamento no final do turno. Temos um duplo movimento em que ambos possuem interesses – “nobres” e “servos” – e jogam um jogo no qual o resultado objetiva um reconhecimento imaterial ou material que possibilite suprir as necessidades (lealdade x monetária) de seus jogadores.

Entre os garçons e os seguranças, uma prática muito comum é “sentir a noite”. Isto é, caso o cliente, no momento de sua chegada ao camarote, presenteie o atendente significa que será uma noite muito boa para os serviçais e que o cliente está com dinheiro, que ele quer um bom atendimento e irá dar mais gorjetas. Esse cliente pode ter certeza que conquistou a lealdade do profissional a seu serviço. O profissional, por sua vez, terá que se desdobrar para justificar o presente com uma atuação impecável e com o afrouxamento de algumas regras que beneficiem o cliente. Porém, há, às vezes, não mais que promessas de gorjetas para o final da noite. Tal situação gera tensão e desconforto, fazendo com que alguns profissionais atuem com certas restrições, pois não querem ser o lado perdedor no jogo do “lava-mãos”. A experiência mostra que muitos dos clientes tendem a esquecer de “agradecer” o serviço prestado, pois vão embora mais cedo, gastam todo o dinheiro, ficam muito “loucos”, acontecendo também de o profissional ser remanejado de posto.

Conclusão

Após essa breve ponderação que se iniciou com o vídeo do milionário, podemos destacar que ambas as ações presentes nas baladas – “lava-pés” e “lava-mãos” – são promotoras dos valores aristocráticos muito presentes em nossa sociedade brasileira. Independente se a primeira tem sentido de obrigação para a elite do dinheiro e a segunda de um servilismo voluntário na atitude dos serviçais, os valores hierárquicos que marcam subalternidade e subserviência são exaltados para diferenciar o lugar de cada sujeito no espaço social.

Realmente, preferimos formas verticalizadas de relacionamento social em que o ápice (ou centro) seja bem claro e até mesmo insofismável. Em outras palavras, sabemos bem quem manda, ou quem é o patrão, como dita a norma aristocrática que permeia nosso sistema social de cabo a rabo. (Da Matta 2010: 20)

Nas baladas, o “lava-pés” e o “lava-mãos” são naturalizados e proporcionam o esquecimento da barbárie produzida pelas questões de status e de privilégios. A dinâmica das festas esconde os muitos servilismos em meio a seus feixes de luzes, fumaças e sons. O ambiente, embora festivo, reproduz as desigualdades legitimando diferenças hierárquicas, pois alguns festejam na busca do gozo sem fim e outros trabalham.

Mesmo formalmente abolida, a escravidão permanece, no país, sustentando e sendo sustentada por grande parte do personalismo e das relações de clientelismo. “Foi ela também quem sustentou a hierarquia que até hoje, (...) comanda quem vai ‘pegar o copo d’água’, ‘fazer o cafezinho’, ‘servir a mesa’, ‘ir ao banco’ e ‘arrumar o quarto’” (Da Matta 2003:17).

Os nobres da terra ou a elite do dinheiro têm a oportunidade de promover a distinção econômica que garante um viver livre de ações banais, pois o voluntarismo dos serviçais garante, em fragmentos, um retorno, ao menos como simulacro, de um passado ritualístico da nobreza. Geertz (2012:145) alerta que os tronos podem estar fora de moda, assim como os cortejos e a pompa, mas sua influência simbólica permanece como relíquias de um tempo que continua a se manifestar. Na sociedade brasileira, os valores aristocráticos permanecem ao hierarquizarem os indivíduos. As baladas são apenas um dos espaços possíveis para sua observação.

Daniel Machado da Conceição é mestre em Educação pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da UFSC e doutorando no mesmo Programa. Integra o Núcleo de Estudos e Pesquisas em Educação e Sociedade Contemporânea (NEPESC) na mesma Universidade. É bolsista do Programa de Bolsas Universitárias de Santa Catarina.

Alexandre Fernandez Vaz é doutor em Ciências Humanas - Leibniz Universität Hannover - Hannover, Alemanha. Professor do PPGE e do

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOURDIEU, Pierre. 2007. *A distinção: crítica social do julgamento*. SP: Edusp; Porto Alegre: Zouk.
- BRITES, Jurema. 2007. Afeto e desigualdade: gênero, geração e classe entre empregadas domésticas e seus empregadores. *Cadernos Pagu*, julho-dezembro. p. 91-109.
- CARMO, Paulo Sérgio do. 1998. *História e ética do trabalho no Brasil*. SP: Moderna.
- CATTANI, Antônio David. 2009. Riqueza e desigualdades. *Caderno CRH*, Salvador, v. 22, n. 57, Set./Dez. p. 547-561
- COELHO, Maria Claudia. 2001. Sobre agradecimentos e desagradados: trocas materiais, relações hierárquicas e sentimentos. In: ____: Org. VELHO, Gilberto; KUSCHNIR, Karina. *Mediação, cultura e política*. RJ: Aeroplano. p. 265-291
- DA CONCEIÇÃO, Daniel Machado. 2012. “Marretadas repetitivas”: a continuidade e a remodelação de valores sociais em três casas noturnas de Florianópolis. *Mosaico Social - Revista do Curso de Ciências Sociais da UFSC*. Ano VI, n. 06. p. 300-316.
- _____. 2016. “Estar” segurança da festa: uma etnografia sobre o processo de aprendizagem dos agentes de segurança das principais casas noturnas de Florianópolis. *Revista de Antropologia da UFSCar*, 8, jul./dez.
- DAMATTA, Roberto. 1997. “Sabe com quem está falando? Um ensaio sobre a distinção entre indivíduo e pessoa no Brasil”. In: _____, *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro: Rocco. pp. 179-248.
- _____. 2010. *Fé em Deus e pé na tábua, ou, como e porque o trânsito enlouquece no Brasil*. RJ: Rocco.
- _____. 2003. *Profissões industriais na vida brasileira: ontem, hoje e amanhã*. Brasília: Editora Universidade de Brasília; Senai; Ministério do Trabalho e Emprego.
- DUMONT, Luis. 2008. *Homo Hierarchicus: o sistema de castas e suas implicações*. SP: Editora da Universidade de São Paulo.
- DUBY, Georges. 1989. *A sociedade cavaleiresca*. SP: Martins Fontes.
- ELIAS, Norbert. 2001. *A sociedade de corte: investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte*. RJ: Zahar.
- FOUCAULT, Michel. 1987. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes.
- FREYRE, Gilberto. 2004. *Casa-grande e senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal*. SP: Global.
- _____. 2013. *Sobrados e mucambos. Decadência do patriarcado rural e desenvolvimento do urbano*. SP: Global.
- GEERTZ, Clifford. 2012. Centros, reis e carisma: reflexões sobre o simbolismo do poder. In: _____. *O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa*. Petrópolis, RJ: Vozes.

- HOLANDA, Sérgio Buarque. Raízes do Brasil. SP: Companhia das Letras, 1995.
- MAUSS, Marcel. 2003. Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In: _____. Sociologia e Antropologia. SP: Cosac Naify.
- RUAS, Tabajara. 2003. Os varões assinalados. Porto Alegre: L&PM.
- SENNET, Richard. 1998. O declínio do homem público: as tiranias da intimidade. SP: Companhia das Letras.
- SOUZA, Jessé. 2017. A elite do atraso: da escravidão à Lava Jato. RJ: LeYa.
- _____. 2015. A tolice da inteligência brasileira: ou como o país se deixa manipular pela elite. SP: LeYa.
- _____. 2018. Subcidadania brasileira: para entender o país além do jeitinho brasileiro. RJ: LeYa.
- VIANNA, Oliveira. 2005. A aristocracia rural. In: _____. Populações meridionais do Brasil. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial.

ENTRE “LAVA-PÉS” E “LAVA-MÃOS”: VALORES, HIERARQUIAS E PODER ARISTOCRÁTICO NAS BALADAS ELITIZADAS

Resumo: No carnaval de 2018, a postagem de um vídeo repercutiu nas redes sociais no Brasil. Ele mostrava a figura de um milionário, assíduo frequentador dos famosos *beach clubs* em Florianópolis/SC, que adquirira garrafas de champanhe da marca *Veuve Clicquot Brut* e utilizava seu conteúdo para lavar os pés sujos de areia da praia. Ao propor um comentário sobre o vídeo, o texto pretende desvelar parte das relações que são produzidas no espaço das baladas e que representam um manto aristocrático que encobre interesses e privilégios de uma classe que se reconhece como “nobre”. No esforço para elaborar a interpretação proposta, as expressões “lava-pés” e “lava-mãos” são articuladas para uma melhor apresentação dos argumentos. Ambas as ações presentes nas baladas – “lava-pés” e “lava-mãos” – são promotoras dos valores aristocráticos presentes na sociedade brasileira. A primeira tem sentido de obrigação para a elite do dinheiro e a segunda de servilismo voluntário na atitude dos serviçais.

Palavras-chave: Baladas; Hierarquia; Distinção; Status; Classes Sociais.

BETWEEN “FOOT-WASHING” AND “HAND-WASHING”: VALUES, HIERARCHIES AND ARISTOCRATIC POWER IN ELITIST NIGHTCLUBS

Abstract: In the carnival of 2018, a posting has had strong repercussions in the social networks in Brazil. It shows the figure of a millionaire, who frequently visits the famous beach clubs in Florianópolis/SC. He had bought bottles of champagne (*Veuve Clicquot Brut*) and used the drink to wash his dirty sand feet. In proposing a commentary on the posting, this paper intends to reveal part of the produced relationships in the elitist parties and that represent an aristocratic mantle that covers up interests and privileges of a class that recognizes itself as “noble.” The paper proposes the categories “feet-washing” and “hands-washing” for a better presentation of the arguments. We can emphasize that both actions present in the elitist parties – “feet-washing” and “hands-washing” – lead to the aristocratic values present in Brazilian society. The former has a sense of obligation to the money elite and the latter to voluntary servility of servants.

Keywords: Nightclubs; Hierarchy; Distinction; Status; Social Classes.

RECEBIDO: 09/04/2019

APROVADO: 24/07/2019