

CASAS: Espaços Vividos, Espaços Representados

Maria Assunção Gato

Doutorada em Antropologia Cultural e Social. Investigadora e bolseira de pós-doutoramento no Centro de Estudos Sobre a Mudança Socioeconómica e o Território do Instituto Universitário de Lisboa (DINÂMIA'CET-IUL)
magoo@iscte.pt

Para citação: GATO, Maria Assunção – CASAS: Espaços vividos, Espaços Representados. **Estudo Prévio** 3. Lisboa: CEAUT/UAL - Centro de Estudos de Arquitectura, Cidade e Território da Universidade Autónoma de Lisboa, 2013, p. 25-36. ISSN: 2182-4339 [Disponível em: www.estudoprivio.net].

Creative Commons, licença CC BY-4.0: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Resumo

Artigo que elabora uma revisão teórica e bibliográfica sobre a forma como, no domínio da Antropologia, existem algumas referências entendidas como clássicas e incontornáveis dedicadas ao estudo do objeto Casa, que a exploram nas suas múltiplas dimensões; social, cultural, política, simbólica, emocional, demonstrando que tanto a Casa como o respetivo conteúdo material prosseguem enquanto peças fundamentais que participam na composição identitária dos indivíduos e na construção cultural dos elementos de diferenciação social.

Palavras-chave: Casa, antropologia, objeto casa, espaço doméstico, representações do espaço

Introdução

No domínio da Antropologia existem algumas referências entendidas como clássicas e incontornáveis dedicadas ao estudo do objeto Casa, que a exploram nas suas múltiplas dimensões; social, cultural, política, simbólica, emocional. Entre elas os textos de Bachelard (1984) são um exemplo que trata o espaço doméstico enquanto ser abrigante, poético, protetor e propiciador de conforto, por oposição a um exterior hostil. Os estudos desenvolvidos por Bourdieu (1972) sobre a forma e função da casa Cabília também merecem destaque, na medida em que apresentam o espaço doméstico como representação das relações sociais e simbólicas que estruturam aquela sociedade, organizando-se o interior da casa a partir dos elementos de significação referentes ao universo do público e do privado, em articulação com o género masculino e feminino. Um outro exemplo fundamental é a abordagem desenvolvida por Lévi-Strauss sobre *Sociétés à Maison* (1979, 1992), onde a Casa é apresentada como instituição ou entidade moral, que não só fixa esquemas de organização familiar, como também de ordem política e económica.

De facto, a Casa é um fenómeno cultural enraizado num tempo, num espaço e nas lógicas sociais e organizativas que regem os diferentes grupos de status que a constroem e habitam. Daí ela ter uma dimensão psico-cultural e um valor simbólico expresso em ideias, desejos e sentimentos. Daí ela resultar, em cada momento histórico, de uma dada conceção do mundo e de um certo estilo de vida (FERNANDES, 1992).

Não obstante o amplo reconhecimento dos vários sentidos que se foram associando ao espaço Casa e da longa tradição disciplinar no tratamento deste tema existe quem se interrogue sobre o aparente desinteresse da Antropologia contemporânea em trabalhar sobre o espaço doméstico nas sociedades ocidentais (CIERAAD, 1999). A marcar um contraste com esta referência à escassa atenção prestada pela Antropologia ao espaço doméstico estão, a título de exemplo, os trabalhos de Miller e de membros da sua vasta equipa (1997, 2001a/b; CLARKE, 2001; GARVEY, 2001; PETRIDOU, 2001), o de Wilk (2001), de Csikszentmihalyi e Rochberg-Halton (2002), ou os conjuntos de textos editados por Cieraad (1999), Hearn e Roseneil (1999), Carsten e Hugh-Jones (1999). No contexto português, o recente estudo publicado por Sandra Pereira (2012) é também uma referência importante.

Face a esta listagem exemplificativa de alguns dos trabalhos analíticos que têm explorado os significados relacionados com o espaço doméstico, a unidade familiar e os seus objetos materiais, dir-se-ia que a Casa continua a ser um importante e vasto campo de estudo para a Antropologia, cuja complexidade acompanhará sempre de perto a das sociedades que a contextualizam. Implícito neste pressuposto está o facto de o espaço doméstico continuar a ser o “cenário” privilegiado de muitas práticas sociais, mas também o facto de mais nenhum artefacto ser tão claramente multifuncional, objeto utilitário de absoluta necessidade e de cultura material de elevada complexidade simbólica, simultaneamente (WILK, 2001).

Segundo Carsten e Hugh-Jones (1999), o trabalho de Lévi-Strauss sobre as *Sociétés à Maison* pode ser entendido como um dos primeiros estudos antropológicos sobre a Casa e um dos mais consistentes em termos de análise teórica. Contudo, as dificuldades em operacionalizar uma conceção que procura conciliar as ordens sociais baseadas no parentesco com as de uma estrutura social assente em classes, fá-los enumerar uma série de insuficiências¹, cuja finalidade é apontar para propostas de análise antropológica mais holísticas sobre a Casa. Na perspetiva dos autores trata-se de desenvolver uma “linguagem alternativa” da Casa que consiga escapar às análises mais convencionais e respetivas restrições. Perspetivar as Casas num conjunto de aspetos relacionados entre si permitirá perceber os laços entre os seus significados arquitetónicos, sociais e simbólicos mas, também, confirmá-las enquanto entidades dinâmicas que integram os habitantes no mesmo processo constitutivo: “What we would stress here is the need to consider the house and its occupants within the same analytical framework.” (CARSTEN; HUGH-JONES, 1999: 37).

No seguimento desta perspetiva e de acordo com Miller (2001a), é no domínio do espaço doméstico que acontece quase tudo aquilo que realmente tem interesse para as pessoas. A Casa enquanto espaço demonstrativo dos hábitos de consumo, comportamentos e gostos põe em relevo as relações privilegiadas que estabelece com a cultura material. Também é um pouco esta a perspetiva defendida por Csikszentmihalyi e Rochberg-Halton (2002) que, não obstante centrarem a sua análise no significado dos objetos domésticos, concebem a Casa como um mundo onde se cria um ambiente material que envolve o que se considera verdadeiramente significativo para os indivíduos. Daí ela ser o sinal mais importante do “self” dos seus habitantes, refletindo a sua maneira de ser e de estar na vida. Daí ela ser também um conjunto de intenções que se realizam através da atenção que os habitantes lhe prestam, revelando os investimentos que eles lhe vão dedicando ao longo do tempo.

Entretanto importará ter presentes duas evidências relativas aos espaços domésticos. A primeira é que ele não é um simples espaço reservado à esfera privada e separado da pública. As duas realidades interferem e influenciam-se mutuamente. A segunda é que, apesar de a Casa ser o espaço da família, tal não significa ausência de regras, constrangimentos ou negociações. Nos espaços domésticos coexistem uma multiplicidade de relacionamentos que interferem diretamente nas ações dos seus residentes e que tanto são protagonizados pela família, como por “outros”, como pela própria Casa enquanto entidade física (MILLER, 2001a).

Sobre a morfologia da Casa – sua composição funcional e lógicas de estruturação e de hierarquização dos interiores – refere Pereira (2012) que ela se relaciona diretamente com as ideologias da vida privada, da família e da respetiva classe social. Observar as mudanças surgidas nessa morfologia ao longo dos tempos permite não só confirmar algumas mudanças operadas na sociedade portuguesa, mas também perceber de que forma algumas dessas mudanças sociais se repercutem nas composições familiares e na forma de viver a Casa.

Assim e num tempo que se caracteriza pela produção de habitação em série, despersonalizada e estandardizada, assiste-se ao surgimento de novas questões ligadas à Casa e à relação que se tem com ela, o que envolve a sua escolha, a sua estrutura, a decoração, as remodelações, os objetos e o investimento pessoal que é posto em todos estes fatores de natureza processual. Num aparente paradoxo dir-se-ia

que a produção estandardizada das habitações tem contribuído para enfatizar a Casa enquanto lugar privilegiado de construção e expressão identitária, ou seja, um meio através do qual as pessoas refletem a sua maneira de ser e de estar na vida, estabelecendo negociações e representações sociais para círculos internos e exteriorizáveis através dos seus consumos. Será esta uma maneira privilegiada de contrariar o pressuposto da homogeneidade social implícita na estandardização habitacional.

A localização da casa

Em Portugal e essencialmente a partir da década de 80 do século XX, as grandes alterações ocorridas no sistema financeiro português permitiram a muitas famílias um acesso crescente ao crédito à habitação e à propriedade do seu alojamento, com as famílias mais desfavorecidas a evidenciar também uma elevada valorização da habitação própria. (CAMPOS, 2004). Para este cenário contribuíram vários fatores, tais como: a adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia e respetiva entrada de fundos comunitários; a diminuição das taxas de juro; a reaparição dos bancos privados e consequente liberalização dos créditos para habitação; o aumento das remunerações médias dos trabalhadores e diminuição do desemprego, dois fatores que viriam a traduzir-se numa melhoria do nível de vida da população portuguesa (LOPES, 1996; PEREIRA, 2012).

Face a um mercado de arrendamento muito pouco atrativo e dinâmico, a aquisição de casa própria tornar-se-ia numa opção quase obrigatória e generalizada, sobretudo em contextos territoriais mais urbanos². Este facto foi, sem dúvida, determinante para o grande desenvolvimento que a indústria da construção civil conheceu nas últimas décadas, para a renovação do parque habitacional português e para a consequente expansão de muitas periferias urbanas junto de cidades de grande, média e pequena dimensão. Mas também terá contribuído para o reforço do investimento pessoal na Casa enquanto objecto de consumo quase massificado, por um lado, e como entidade estética, identitária e estatutária, por outro, como atestam inúmeros estudos que se têm produzido em torno destas questões (SAUDERS, 1990; DOLAN, 1999; GURNEY, 1999; MILLER, 2001; CLARKE, 2001; PEREIRA, 2012).

Independentemente da dimensão das cidades, a localização é, assumidamente, um fator-chave no complexo processo de escolha da Casa (SHOVE, 1999). Neste processo de escolha entrarão inúmeros fatores, tais como: a estrutura familiar; a situação profissional e a localização do emprego; os percursos de vida quotidianos; os equipamentos escolares; o conforto ou a situação económica. Mas para além destes fatores de ordem mais prática existem outros de ordem mais simbólica e socialmente representativa. Como tal e mais do que a própria Casa, muitas vezes é a sua localização que se constitui como marca reveladora de status e de prestígio social. Daí que os processos de mobilidade social ascendente estejam frequentemente ligados a localizações mais conceituadas, a casas maiores e a novos contextos sociais.

A Casa sempre foi um objeto indissociável da sua envolvente espacial. Mas atualmente e enquanto objeto de consumo mais banalizado, pode dizer-se que da mesma forma que “somos o que compramos”, também e cada vez mais, “somos onde vivemos”



recuperando aqui a definição de Douglas (1991) para quem a casa é, em primeiro lugar, um “tipo de espaço”³ ou uma “ideia localizável”⁴, mas que atende à proposta de Petridou de perceber a Casa antes como “um tipo de lugar”⁵: “Paraphrasing Mary Douglas, home is rather ‘a kind of place’, which acquires its meaning through practice; and as such, it forms part of the everyday process of the creation of the self.” (PETRIDOU, 2001: 88).

Na contextualização desta perspetiva refira-se também o contributo das reflexões de Wilk (2001) relativas à Casa e ao ambiente doméstico enquanto bem de consumo ou enquanto produto de escolhas e decisões padronizadas e ponderadas, que tanto se devem às motivações pessoais de cada indivíduo como são condicionadas pelos múltiplos fatores sociais e culturais que o influenciam. Considera o autor que a habitação é, conceptualmente, o produto de várias decisões que se relacionam com fatores tão variados como: mudanças profissionais, mobilidade social ou mudanças de perspetiva, estabilidade no casamento, os filhos e as suas idades, carros, roupas ou mobiliário. Independentemente da perspetiva adotada, a ênfase pertence sempre aos indivíduos, aos processos através dos quais eles tomam as suas decisões e aos fatores que as afetam.

Efetivamente e no decurso do vasto conjunto de transformações que caracterizam a contemporaneidade operou-se uma mudança de atitude face à Casa. Essa mudança decorreu sobretudo da crescente banalização do seu consumo e da relevância que ela foi adquirindo enquanto objeto de identificação pessoal e social dos residentes, num contexto de constantes rearranjos. Contudo, importará ressaltar que a concretização dessa atitude é manifestamente dependente de um conjunto de circunstâncias económicas e sociais que condicionam bastante as escolhas dos indivíduos relativamente às Casas que podem ou não comprar e aos espaços onde desejam viver, bem como as expectativas de verem concretizados os seus modelos idealizados de espaço doméstico.

Sobre estas questões implícitas na escolha da Casa e estabelecendo um paralelismo com os padrões de gosto “superior” e “popular” de Bourdieu (1979), refere Shove (1999) que enquanto os compradores com mais recursos económicos tendem a procurar a Casa certa, guiados por fatores como o “carácter”, a “personalidade” e outras empatias emocionais face à Casa, os de menores recursos adaptam uma postura mais pragmática, muito determinada pela localização e pelo custo.

De acordo com Ærø (2004), são vários os fatores e recursos que entram na equação da escolha e compra de Casa e, se a otimização económica e as escolhas racionais podem explicar o comportamento de muitos consumidores, os estilos de vida ajudam a explicar outros mecanismos igualmente presentes na escolha de uma Casa. Com base nos contributos de Douglas e Bourdieu relativos aos estilos de vida, o autor procura perceber de que forma eles se refletem na procura de Casa, partindo do pressuposto de que as pessoas são orientadas em todas as suas escolhas pela procura de um tipo específico de estilo de vida, ou seja, um código identitário que orienta as escolhas. Assim e manifestando a influência para com os termos de Bourdieu (habitus, posição e distinção), o autor apresenta três orientações ou situações importantes relativamente ao processo de escolha da Casa: 1) a disposição, em que as pessoas tendem a escolher uma habitação com base, sobretudo, em tradições que determinam onde devem viver e onde se sentem confortáveis; 2) a posição, em que a escolha da Casa é influenciada, sobretudo, por muita reflexão e ponderação em torno da carreira profissional e da

situação económica e social que se tem ou se pretende alcançar; 3) o posicionamento, em que o processo de escolha de Casa é mais flexível, móvel e instável em termos de valores, de referências sociais entre grupos e lugares ou de estilos de vida mais distintivos.

Independentemente do peso que cada uma destas orientações pode assumir nas opções de cada indivíduo, a escolha habitacional acaba muitas vezes por resultar numa situação de compromisso entre localizações que pressupõem enraizamento e ligações emotivas ao espaço e localizações que, de uma forma objetiva, pressupõem oportunidades para concretizar um determinado estilo de vida. Daí a escolha da Casa poder ser encarada como uma oportunidade de posicionamento ou de diferenciação social face à comunidade envolvente. Entretanto há que juntar a esta equação um factor determinante que é a condição económica e respetivos condicionalismos no acesso ao mercado imobiliário.

O processo constitutivo da Casa

Para além da localização, as Casas são entidades físicas socialmente identificáveis, tanto a nível de exteriores como a nível de interiores, sendo ambos igualmente permeáveis aos contextos socioculturais envolventes. A par das diferenças exteriores que permitem identificar residentes de diversos estratos socioeconómicos é igualmente importante perceber a forma como os conteúdos materiais de cada Casa são constituídos, uma vez que as relações que se estabelecem com eles revelam muito sobre a identidade e a representação social dos respetivos residentes. Significa isto que a materialidade da Casa pode impor-se sobre as suas práticas, levando a negociações entre aquilo que se quer mostrar e aquilo que realmente é mostrado.

Assim e de entre as diversas interações que se desenvolvem entre Casa, objetos e residentes, importa destacar dois pontos principais: o papel ativo que os residentes têm no processo de constituição ou transformação das suas casas e a capacidade “agenciadora”⁶ ou de transformação que a própria Casa exerce sobre quem nela reside (Gell, 1998; Giddens, 2000; Miller 2001a, 2001b).

Relativamente ao primeiro ponto – constituição da Casa – trata-se de um processo contínuo e complexo, sujeito aos condicionalismos e negociações que decorrem das relações entre residentes, dos relacionamentos dos residentes com o mundo exterior e dos residentes com a sua própria Casa enquanto estrutura física. É verdade que a construção de habitações em série das últimas décadas foi impondo soluções arquitetónicas tendencialmente banalizadas, bem como acabamentos e distribuições funcionais muito standardizadas. Como consequência, os residentes acabam por ser conduzidos a um conjunto de exigências muito convencional em termos de características físicas e acabamentos materiais, onde reproduzem modelos de ocupação quase pré-definidos.

Sobre as decisões relativas à construção de habitações e soluções de design dos seus interiores por parte dos promotores imobiliários refere Shove (1999) que elas se justificam através de uma noção algo mítica e fossilizada de “mercado” e pela fraca capacidade de risco económico que os pequenos promotores se dispõem a assumir

através de pequenas inovações nas suas obras. Também no contexto português Pereira (2012) evidencia o conservadorismo do sector, em que os promotores recorrem a uma competitividade por imitação de soluções repetitivamente bem-sucedidas, não investindo no conhecimento das necessidades da procura nem no planeamento da oferta em função da diversidade de públicos-alvo.

Em contraponto e ao longo das últimas décadas, a sociedade portuguesa vem refletindo uma série de transformações – desde as estruturas familiares aos estilos de vida e fragmentação social, passando por alterações significativas ao nível dos consumos e padrões de gosto – que são muito mais visíveis através das complexas e heterogêneas formas de habitar do que propriamente pela diversidade de casas que o mercado vem oferecendo.

Através de um estudo que procura mostrar as transformações da sociedade portuguesa através da Casa, Pereira conclui, precisamente, que a componente estrutural é a mais perene, com uma evolução mais lenta e homogênea, onde a inovação e diversidade social têm mais dificuldade em entrar (2012: 315). Ainda que parte desta responsabilidade recaia sobre os promotores da oferta, o certo é que a procura também não tem sabido dinamizar o sector através de expectativas menos convencionais e capazes de provocar novos desafios à Arquitetura.

Assim sendo cabe aos proprietários e residentes das Casas um papel mais interventivo ao nível da vivência, no sentido de converter uma casa standardizada num espaço de significações únicas e coerente com as identidades pessoais e sociais de quem o habita. Posto isto e relativamente à capacidade de transformação da própria Casa, esta passa então pela estrutura enquanto objeto material, mas também pela sua história e biografia. Significa isto que a Casa não condiciona apenas a vida quotidiana de quem nela habita. Indo mais longe, ela pode influenciar também uma série de decisões que integram o dinâmico processo implícito na sua constituição – desde a decoração à conservação ou à remodelação – considerando-se, no limite, as impostas pelas entidades camarárias em nome de uma preservação do património arquitetónico local.

De acordo com Gurney (1999), começou a prestar-se mais atenção ao arranjo interior das Casas quando se estabeleceu a sua ligação com a estratificação social e o acesso das classes mais populares à propriedade imobiliária. Enquanto a posse da casa se foi impondo como norma desenvolveu-se à volta dela a indústria da decoração e do gosto, que acompanha os proprietários de acordo com o seu grau de sucesso económico e combinando vários estilos de vida. Em consequência normalizam-se os gostos e os padrões de consumo habitacional, enquanto os proprietários comparam e medem as capacidades económicas e o status, sustentando nas suas casas identidades e significados culturais que importa perceber.

Para além das capacidades “agenciadoras” reconhecidas na Casa e para além do amplo jogo de significados atribuíveis à cultura material nela contida, é aos residentes que pertence o protagonismo da conversão de uma habitação numa Casa ou num “lar”. Isso acontece, sobretudo, através da ação de apropriação e personalização da Casa por via de remodelações, pequenas obras e decoração.

Num primeiro plano a decoração pode ser entendida enquanto resultado do agenciamento tripartido entre casa, objetos e residentes. Entretanto e num plano mais

pormenorizado, a decoração revela-se como efeito de um complexo emaranhado de negociações entre residentes e objetos e que se podem resumir em quatro variações principais: 1) a adaptação de objetos a gostos, necessidades ou prioridades de diferentes membros da família; 2) a conjugação de objetos de diferentes estilos, proveniências, naturezas e significados; 3) a conciliação de várias influências estéticas, internas e externas; 4) a afirmação e projeção de determinada condição social ou estilo de vida.

Como tal vem-se assistindo à importância crescente do espaço doméstico enquanto cenário de projeção social, orientado por um vasto mercado de produtos, de soluções estéticas e de programas de media, que fomentam nas pessoas um certo interesse pela decoração das suas casas, fazendo-as ansiar por constantes re-decorações (CLARKE, 2001).

Através de um estudo etnográfico sobre consumo doméstico e decoração de um conjunto de habitações a norte de Londres, Clarke (2001) propõe um entendimento da Casa não como um ato de expressividade individual, mas enquanto processo de negociação entre trajetórias passadas e futuras, fantasia e ação, entre abstrações externas como a “classe” e projeções sociais. Nesse estudo a autora demonstra que a decoração da Casa passa por aspirações sociais e por formas de conjugar ideais de Casa com as visões que as pessoas têm de si próprias e que desejam passar aos outros: “(...) this ethnographic example shows how the ideal home, as used to influence the construction of the actual home, becomes an internalized vision of what other people might think of one. Far from being a site of crude emulation, the house itself actually becomes the ‘others’. The house objectifies the vision the occupants have of themselves in the eyes of the others and as such it becomes an entity and process to live up to, give time to, show off to” (Clarke, 2001: 42).

Perante os argumentos apresentados ficam claras duas ideias. A primeira é a confirmação da cultura material da Casa e a sua composição decorativa enquanto expressão identitária, personalizada e apropriadora de um espaço que é privado e familiar. A segunda é o entendimento de todo o conjunto habitacional enquanto reflexo de um amplo processo negocial, cujas bases são indissociáveis da cultura de consumo que contextualiza as sociedades ocidentais contemporâneas, nomeadamente, dos códigos de significação social que envolvem os objetos de um modo geral e da maneira como os indivíduos usam esses objetos para se “significarem” perante outros.

O Papel representativo dos objetos

Em contraponto às “capacidades de ação” da Casa apresentam-se as “capacidades de ação dos objetos”. A este nível de análise assiste-se à complexificação do papel dos objetos, quer enquanto elementos de significação que entram na construção identitária dos indivíduos, quer enquanto intermediários na negociação de relações familiares e sociais, de memórias ou valores pessoais. Na perspetiva de Csikszentmihalyi e Rochberg-Halton (2002), a Casa é um mundo onde se cria um ambiente material que envolve o que se considera significativo para quem nela vive. Por outras palavras, a Casa acolhe os objetos mais especiais, os que foram selecionados e que criam permanência na vida íntima das pessoas. Daí os objetos participarem na definição das

identidades dos seus proprietários e utilizadores, impondo a necessidade de se perceber mais sobre os seus significados.

Focalizando as suas atenções nos objetos da Casa, os autores procuram elencar e explorar uma série de significados simbólicos que frequentemente são assumidos pelos objetos enquanto expressões identitárias. É o caso do status e do seu reconhecimento através de diversas formas (como a raridade, o preço, a idade, a moda ou o estilo), dos objetos como símbolos de diferenciação individual com vista à integração social ou como símbolos de afirmação identitária, que vão acompanhando os indivíduos ao longo das diferentes fases das suas vidas. Daí que os objetos sejam conservados em termos de memórias, de experiências, de referências pessoais ou familiares.

Tal como as Casas, também os objetos podem ter uma biografia cultural (Appadurai, 1986; Kopytoff, 2001) composta pela história dos seus percursos, proprietários, estatuto, mudanças de uso e outros aspetos julgados interessantes para entender o objeto como entidade cultural. Deste processo pode resultar ainda a singularização e até mesmo a sacralização dos objetos, o que lhes conferirá valores estatutários e de troca bastante variáveis e subjetivos.

Regra geral, estes objetos mais valorizados tendem a assumir posições de destaque e de grande visibilidade no espaço doméstico mais social e público – como as salas ou halls de entrada – de forma a desempenharem também outras funções, tais como “impressionar” os visitantes ou mostrar um determinado status, seja ele adquirido ou apenas desejado. Daí que os objetos que compõem a cultura material da Casa sejam, simultaneamente, um reflexo da identidade de cada indivíduo e o produto de um jogo negocial produzido para mostrar ao exterior.

É um facto que os objetos mais representativos que cada família tem em sua Casa poderão ser classificados de acordo com múltiplas categorias e escalas de valor, não sendo viável padronizar os seus significados através de categorias fixas e aplicáveis a todas as sociedades e contextos socioeconómicos. Contudo e atendendo às especificidades socioeconómicas, culturais e espaciais de pequenos grupos, é possível perceber as lógicas relacionais que os indivíduos desenvolvem com os seus objectos domésticos preferidos, nomeadamente, de que forma os classificam e valorizam.

Num estudo de cariz etnográfico desenvolvido através de entrevistas aprofundadas junto de vinte famílias residentes no Parque das Nações, em Lisboa (GATO, 2009), foi possível definir quatro categorias de valor e afetação relativamente ao pequeno conjunto de objetos preferidos que cada uma destacou: 1) a ausência de ligação emocional (objetos neutros); 2) o apreço pelas características estéticas (objetos bonitos, agradáveis, ficam bem na decoração do conjunto); 3) o apego pelas capacidades evocativas ou seja, o valor dos objetos decorre das experiências e memórias que evocam, tais como pessoas, lugares ou datas com significado; 4) a apropriação por referências afetivas ou seja, uma dupla valorização por motivos que se relacionam com a antiguidade ou biografia própria e com o facto de terem pertencido a familiares ou amigos.

Nestas quatro categorias foram notórios os processos de singularidade e sacralização de objetos antigos com referências familiares – como pequenos móveis, peças decorativas, livros, pequenas “lembranças” – que assumiam uma posição expositiva em

espaços domésticos de maior visibilidade, como as salas ou halls. Verificou-se igualmente que quando algum destes objetos eram empossados de um valor afetivo mais pessoal e reservado, não só se tornavam singulares e “sagrados”, como perdiam a possibilidade de serem alienados ou associados a um valor monetário de troca.

Através do confronto dos objetos preferidos com os de maior valor monetário foi perceptível que os primeiros não coincidem com os segundos. Admitindo que a este facto não seja indiferente um certo pudor em assumir determinados consumos – que tanto se traduziram em objetos mais seletivos e dispendiosos como mais “massificados” e acessíveis – confirmou-se que a cultura material da Casa é envolvida em classificações de variada ordem e que se vão sobrepondo. No fundo, esta cultura material encontra-se sujeita a expressões significativas que frequentemente transcendem as suas condições materiais, para se revelarem como representações de memórias, experiências, emoções e muitos outros significados que singularizam e sacralizam os objetos.

Notas finais

Considerando que nas sociedades ocidentais continua a prevalecer a convicção de que “somos o que consumimos e onde vivemos”, tanto a Casa como o respetivo conteúdo material prosseguem enquanto peças fundamentais que participam na composição identitária dos indivíduos e na construção cultural dos elementos de diferenciação social.

Em primeiro lugar, a localização apresenta-se como um elemento determinante no processo de escolha da Casa. Um processo cuja complexidade oscila entre fatores mais objetivos – relacionados com a situação económica e mecânicas familiares – e fatores mais subjetivos que remetem para o campo das representações sociais. Para esta realidade e, sobretudo, para a gradual importância que os fatores subjetivos têm vindo a adquirir no processo de escolha, muito contribuiu o acesso crescente da sociedade portuguesa ao mercado imobiliário, bem como a quantidade e alguma variedade de produtos imobiliários que o mercado foi oferecendo. Assim, não só a Casa se converteu num objeto de consumo quase massificado, como denota um investimento pessoal crescente enquanto entidade estética e estatutária.

Para além das capacidades agenciadoras ou de transformação que as Casas conseguem exercer sobre os seus residentes, é a estes que pertence o protagonismo da apropriação e da personalização das Casas, por via dos seus gostos mais ou menos “manipulados”, das escolhas dos objetos que as compõem e das imagens sociais que desejam projetar. Neste sentido, a constituição da casa através do processo decorativo passa por uma complexa negociação entre fatores tão diversos como: I) gostos, necessidades e prioridades dos diferentes membros da família; II) conjugação de objetos de diferentes significados, estilos e proveniências; III) conciliação de influências estéticas internas e externas variadas; IV) afirmação ou projeção de determinada condição social.

Desta forma pode entender-se o conjunto da Casa – estrutura, ação e conteúdo – como um espaço identitário por excelência, como um espaço de representação social, ainda

que de acessibilidade controlada e como um espaço de afirmação do estilo de vida dos seus residentes, através dos consumos e respetivos significados que lhe estão associados. Paralelamente a tudo isto importa não esquecer que a Casa é também, e na maioria dos casos, um forte e prolongado encargo financeiro para as famílias portuguesas.

Bibliografia

- ÆRØ, Thorkild – The housing project of Denmark's welfare society: ideals and needs related to housing. In *Urban Lifescape*. Denmark: Aalborg University Press, 2004.
- APPADURAI, Arjun (ed.) – *The Social Life of Things: commodities in cultural perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.
- BACHELARD, Gaston – *La Poétique de l'Espace*. Paris: Quadrige, PUF, 1984.
- BOURDIEU, Pierre – *Esquisse d'une théorie de la Pratique*. Paris: Droz, 1972.
- BOURDIEU, Pierre – *La Distinction: critique sociale du jugement*. Paris: les Éditions de Minuit, 1979.
- CAMPOS, Maria A. – Os encargos e as rendas das famílias com a habitação. In *Revista de Estudos Demográficos*, 1º semestre, Lisboa: INE, 2004.
- CARSTEN, J.; HUGH-JONES, S. – Introduction: About the house – Lévi-Strauss and beyond. In *About the House*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.
- CIERAAD, Irene (ed.) – *At Home: an anthropology of domestic space*. New York: Syracuse University Press, 1999.
- CLARKE, A. J. – The aesthetics of social aspiration. In *Home Possessions: Material Culture Behind Closed Doors*. Oxford: Berg, 2001.
- CSIKSZENTMIHALYI, M.; ROCHBERG-HALTON, E. – *The Meaning of Things: domestic symbols and the self*. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.
- DOLAN, John – 'I've always fancied owning me own lion': Ideological motivations in external house decoration by recent homeowners. In *At Home: an anthropology of domestic space*. New York: Syracuse University Press, 1999.
- DOUGLAS, Mary – The idea of a home: a kind of space. In *Social Research*. vol.58, nº1, 1991.
- FERNANDES, António T. – Espaço Social e suas Representações. In *VI Colóquio Ibérico de Geografia*, Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 1992. (consult. 2 Maio. 2013)
- (Disponível na Internet: <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/artigo6661.pdf>)
- GARVEY, Pauline – Organized disorder: moving furniture in Norwegian homes. In *Home Possessions: Material Culture Behind Closed Doors*. Oxford: Berg, 2001.
- GATO, Maria A. – *Viver no Parque das Nações: Espaços, Consumos e Identidades*. Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, 2009.
- GELL, Alfred – *Art and Agency: an anthropological theory*. Oxford: Oxford University Press, 1998.
- GIDDENS, Anthony – *Dualidade da Estrutura. Agência e Estrutura*. Oeiras: Celta, 2000.
- GURNEY, Craig – We've got friends who live in council houses: power and resistance in home ownership. In *Consuming Cultures: power and resistance*. Great Britain: MacMillan Press, 1999.
- HEARN, J.; ROSENEIL, S. (eds.) – *Consuming Cultures: power and resistance*, Great Britain: MacMillan Press, 1999.

- KOPYTOFF, Igor – The cultural biography of things: commoditization as process. In Consumption: critical concepts in the social sciences. vol.III. London: Routledge, 2001.
- LÉVI-STRAUSS, Claude – La Voie des Masques. Paris: Plon, 1979.
- LÉVI-STRAUSS, Claude – Maison. In Dictionnaire de l’Ethnologie et de l’Anthropologie. Paris: PUF, 1992.
- LOPES, José S. – A Economia Portuguesa desde 1960. In A Situação Social em Portugal, 1960-1995. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 1996.
- MILLER, Daniel – Consumption and its consequences. In Consumption and Everyday Life. London: Sage, 1997.
- MILLER, Daniel – Behind Closed Doors. In Home Possessions: Material Culture Behind Closed Doors. Oxford: Berg, 2001a.
- MILLER, Daniel – Possessions. In Home Possessions: Material Culture Behind Closed Doors. Oxford: Berg, 2001b.
- PEREIRA, Sandra M. – Casa e mudança Social, uma leitura das transformações da sociedade portuguesa a partir da casa. Casal de Cambra: Caleidoscópio, 2012.
- PETRIDOU, Elia – The taste of home. In Home Possessions: Material Culture Behind Closed Doors. Oxford: Berg, 2001.
- SAUNDERS, Peter – A Nation of Home Owners. London: Unwin Hyman, 1990.
- SHOVE, Elizabeth – Constructing home: a crossroads of choices. In At Home: an anthropology of domestic space. New York: Syracuse University Press, 1999.
- WILK, Richard – Houses as consumer goods: social processes and allocation decisions. In Consumption: critical concepts in the social sciences. Vol.III. London: Routledge, 2001.

¹ De entre as várias insuficiências apontadas, destaca-se a negligência da casa enquanto entidade física e a sua relevância na estruturação das unidades familiares ou sociais, bem como a excessiva rigidez que está subjacente à estrutura da casa (CARSTEN; HUGH-JONES, 1999).

² Apesar de se ter verificado um ligeiro decréscimo relativamente a 2001 (75%), em 2011, 73% dos alojamentos de residência habitual são ocupados pelo proprietário. As casas arrendadas mantiveram-se relativamente constantes entre 2001 e 2011, apresentando valores que rondam os 20%. (INE, Censos 2011).

³ *A Kind of space*, no original.

⁴ *A Localizable idea*, no original.

⁵ *A Kind of place*, no original.

⁶ Sintetizando uma construção conceptual algo complexa inspirada em Giddens (2000) sobre a ação humana e respetivas contextualizações espaciais, temporais e sociais, Gell (1998) atribui o conceito de “agência” a pessoas e coisas cujas capacidades de ação decorrem de relações causais de variada ordem. No que às Casas diz respeito, este conceito permite destacar-lhes capacidades muito especiais enquanto artefactos e que, entre outras características, torna perceptível a capacidade das Casas exercerem alguma influência na vida de quem nelas habita. Sustentado nestes contributos Miller (2001a, 2001b) entende que as capacidades “agenciadoras” da Casa não passam só pela sua dimensão enquanto objeto material, uma vez que elas são indissociáveis da história e dos fatores biográficos integrados na sua estrutura. Dando o exemplo da sua própria casa, o autor argumenta com os condicionamentos decorrentes de uma decoração prévia e com a necessidade de conciliar gostos entre quem habita, atendendo também à capacidade que os objetos têm de “evocar” pessoas e relações sociais ou de imporem determinadas lógicas nos esquemas decorativos.