

**38º Encontro Anual da Anpocs**

**SPG 08 Gosto, hierarquias simbólicas e legitimidades culturais**

Coordenação:

Carolina Martins Pulici (UNIFESP),

Dmitri Cerboncini Fernandes - (UFJF)

**Moderno sob encomenda:  
produtores e clientes do mobiliário paulistano na década de 1950.**

Camila Gui Rosatti

agosto/2014

## Introdução

Período de efervescência cultural e de complexificação do tecido social, a São Paulo de meados do século XX abriu espaço para a atuação de novos agentes motivados a empreender um novo repertório de linguagens estéticas quanto aos modos de morar, projetando artefatos de decoração que dariam a expressão formal ao ambiente modernizador nascente<sup>1</sup>. Comprometidos com o espírito progressista daquele tempo e dispostos a defender a nova profissão que naquele momento estava em vias de institucionalização<sup>2</sup>, os arquitetos e designers despontariam na cena cultural sobrecarregados de intenções: queriam unir beleza, funcionalidade e mudanças sociais. Atuando em diferentes firmas de design de móveis, alguns desses profissionais produziram um mobiliário de linhas inovadoras, livre de ornamentos, calibrando o gosto de um público ávido por possuir insígnias da modernidade. Ainda que a promessa desenvolvimentista do período instigasse nesses arquitetos a utopia de desenhar móveis para serem produzidos no processo industrial (objetos padronizados, larga escala, democratizando o acesso), esses artefatos tiveram uma clientela restrita, frustrando as promessas modernas de seus criadores. A maioria desses artefatos realizou-se sob a forma de encomenda, ou seja, com cliente individualizado e produto personalizado.

O presente trabalho tem como objeto de estudo a relação entre arquitetos e sua clientela de móveis modernos na São Paulo dos anos 1950, focalizando as preferências estéticas em matéria de decoração. Com vistas perscrutar as propriedades sociais que incidiram nas definições de bom gosto e estilo, este trabalho procura examinar a relação entre produtores e consumidores de artefatos domésticos, artigos que podem ser considerados objetos de exceção, notabilizados por um design diferenciado e projetados por arquitetos que se consagraram na história da arquitetura moderna. Mobilizando materiais que expõem a relação de encomenda, (tais como plantas dos espaços da casa,

---

<sup>1</sup> Este artigo é parte da pesquisa de doutorado que venho desenvolvendo no Departamento de Sociologia na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH-USP), sob orientação do professor Sergio Miceli. A pesquisa de doutorado bem como a apresentação neste Encontro da Anpocs contam com financiamento da FAPESP.

<sup>2</sup> Em 1947 foi criado o curso de arquitetura do Mackenzie College e no ano seguinte, o curso da Universidade de São Paulo, ambos dissociados da formação politécnica a que até então estavam vinculados. Tanto na formação escolar, na prática profissional quanto na organização da profissão de arquiteto, o final dos anos 1940 e início dos anos 1950 pode ser localizado como um momento decisivo de institucionalização da profissão.

perspectivas, orçamentos, e fotografias), a pesquisa toma como referência os clientes de móveis de três arquitetos propulsores da linguagem moderna em São Paulo – Lina Bo Bardi, Jacob Ruchti e Zanine Caldas, ligados, respectivamente, a três empresas de mobiliários: Studio Palma, Branco & Preto e Móveis Artísticos Z. As afinidades entre arquitetos modernos e clientela por eles recrutada expõem os círculos de sociabilidade a que estavam inseridos, revelando também segmentações quanto aos padrões de gosto e as posições sociais dos consumidores.

Tendo em vista o recorte apresentado, é possível, lançar uma questão ancorada nos pressupostos analíticos de uma sociologia dos bens culturais: que grupos sociais, ou que frações de classe, estiveram dispostos a bancar - material e simbolicamente - a encomenda desses artefatos? Ou, nos termos da sociologia bourdieusiana<sup>3</sup>, quais capitais culturais, sociais, econômicos e escolares concorreram para definir as escolhas estéticas pelo estilo moderno?

Diante das inovações em relação às formas e valores dos objetos, para garantir o espraiamento e a permanência de suas obras, o desafio dos arquitetos modernos foi, sobretudo, cultivar público que entendesse e acolhesse suas ideias, consumindo seus produtos. As condições sociais de produção do mobiliário moderno passam pela constituição de um público específico com motivações a se declarar “pertencente a seu tempo”, com expectativas de consumo de objetos com valor estético. Livre de uma associação unidirecional de causa-efeito, os artefatos modernos devem ser vistos tanto no atendimento ao gosto de um público como também contribuindo para produzir o gosto e o público. É nesse sentido que pôr em cena os nexos que vinculam arquitetos e clientes se apresenta como um modo de dar inteligibilidade à produção estética, assentando-a nos acontecimentos da vida social.

É sob a dupla perspectiva dos produtores e consumidores desses bens de decoração que se pode encontrar um ponto de observação sobre a formação do gosto estético de um grupo social alinhado com as experiências culturais na São Paulo dos anos 1950, momento em que está em jogo as definições de bom

---

<sup>3</sup> Além das pesquisas de Pierre Bourdieu sobre produção e consumo de bens artísticos, estudos de história social da arte empenhados em focar a clientela de objetos culturais são referências para meu trabalho, entre os quais, deixo indicado: BAXANDALL (1991), MICELI (1996, 2003), CASTELNUOVO (2006), HASKELL (2007), PANOFKY (2012).

gosto, estilo e modernidade<sup>4</sup>. Como se verá, esses objetos domésticos modernos com pretensão a serem, ao mesmo tempo, funcionais e belos, serviram à decoração dos espaços domésticos de uma parte da burguesia ilustrada e de uma classe média bem escolarizada. Os arquitetos que projetaram esses objetos foram consagrados na história do design e os móveis conformaram um conjunto de diretrizes estéticas do movimento moderno, tornando-se referência de um movimento artístico<sup>5</sup>. Para se posicionarem no campo artístico em formação, uma das práticas dos arquitetos modernos foi detratar o gosto hegemônico<sup>6</sup>, que associavam tanto à aristocracia decadente quanto à burguesia endinheirada e atuar didaticamente na formação do gosto moderno junto aos grupos que concentravam capital cultural. Para tanto, seria preciso a constituição de uma clientela apta a investir nessa estética, propensa a se apropriar simbólica e materialmente desses objetos, ou seja, com competência artística para valorizar as heresias vanguardistas de modo a transfigurar seu *habitus* moderno em *habitat*<sup>7</sup>.

Não se trata, portanto, apenas da indicação de novas diretrizes formais para os espaços de moradia. No caso das escolhas pelo mobiliário moderno, a estilização dos ambientes de moradia, performatizados na primazia da forma em relação à função, pressupõe uma capacidade de aplicar os valores da estética pura aos domínios mais comuns da existência cotidiana. A imposição do vocabulário moderno como movimento estético firma-se, então, como uma luta também travada na escolha de uma forma legítima de viver, ou, em termos outros, uma estética vivida como estilo de vida.

Distante das abordagens estéticas que assumiram a centralidade desses artefatos como obra artística ou da historiografia da arquitetura, que procurou

---

<sup>4</sup> É no final dos anos 1940 que se adensam as instituições culturais em São Paulo. A constituição dos espaços expositivos do Museu de Arte de São Paulo (1947), do Museu de Arte Moderna (1948) e das primeiras Bienais de Arte de São Paulo (1951) estão em convergência com a formação de um público apreciador das artes visuais. Patrocinadas por empresários culturais, essas ações de institucionalização se mostravam modeladoras da experiência social e artística que fervilhava na metrópole paulista, na qual emergem empresários da cultura, como Francisco “Ciccilo” Matarazzo (MAM e Bienais) e Assis Chateaubriand (MASP), dando concretude à demanda de acolher e salvaguardar as obras modernas. Sobre a formação do campo cultural e artístico de São Paulo em suas diferentes linguagens estéticas, ver ARRUDA (2001).

<sup>5</sup> Quanto à valorização estética desse mobiliário, acrescenta-se que muitos deles são comercializados hoje em dia em leilões ou lojas especializadas que garimpam a colecionadores essa mobília dos anos 1950.

<sup>6</sup> É muito frequente em textos desses arquitetos a comparação da casa a uma “máquina de morar”, indicando que os móveis e os espaços internos deveriam ser racionalizados, livres de ornamentos, práticos e adequados à emancipação da mulher. A valorização do formalismo racionalista em detrimento dos móveis “patas de leão”, ou de inspiração francesa na corte Luís, é a aposta estética dos arquitetos modernos.

<sup>7</sup> Faço referência aos trabalhos de Pierre Bourdieu (1983, 1996, 2003, 2006)

legitimar os estilos a partir das mudanças formais, o mobiliário é aqui tomado no âmbito das práticas culturais. A decoração da casa é, então, assumida como um marcador social, no sentido de revelar o sistema de preferências, as aquisições culturais, as escolhas estéticas, a rede de relações sociais e um conjunto de afirmações e recusas que expressam a posição social de seus proprietários. Além de marcador de distinção, os investimentos nos arranjos da moradia podem ser vistos em seu sentido mais profundo de reprodução social, uma vez que a casa guarda um projeto de fixação da família, espaço por excelência de coesão dos seus membros, interiorização durável de um sistema de disposições, que estão na origem da aquisição de uma herança econômica e cultural (BOURDIEU, 2006).

### **Condições de Produção e Consumo – arquitetos, firmas e clientes**

Se na metrópole que rapidamente se urbanizava e verticalizava pululavam apartamentos e residências modernos projetados pelos arquitetos atuantes em São Paulo, seria esperado que os espaços domésticos acompanhassem as linhas simples e leves dos edifícios, de modo a conformar um ambiente interior em diálogo com o estilo arrojado que preconizavam. Para a área de design de mobiliário e interiores, a entrada no meio do século se apresentou como ruptura que se materializava com a constituição de estúdios e empresas voltadas para o provimento de equipamentos modernos direcionados a suprir uma lacuna no mercado moveleiro. Cadeiras, poltronas, sofás, mesas, aparadores, camas, escrivaninhas, barzinho, estantes para televisão, rádio e livros, revestimentos, carrinhos de chá e luminárias são os principais objetos cujas funções seriam remodeladas ou inventadas pelos designers, cumprindo o equacionamento físico de um programa de atividades nos diversos cômodos da casa, como sala de estar, sala de jantar, biblioteca, escritório, cujas disposições responderiam às demandas de convívio social, atividades de trabalho e estudos ou entretenimento e lazer.

Hoje identificados e consagrados como arquitetos propulsores da linguagem moderna em São Paulo, o suíço Jacob Ruchti (1917-1974)<sup>8</sup>, vindo com a família aos dois anos de idade, e a italiana Lina Bo Bardi (1914-1992),

---

<sup>8</sup> Sobre a trajetória de Ruchti, cf. RUCHTI, 2011.

que se mudou para o Brasil em 1946 acompanhando o marido Pietro Bardi, apontam elementos da experiência social de famílias estrangeiras na cidade, ambas escapando das condições que as duas Grandes Guerras impunham à vida na Europa, mas não na condição de imigrantes destituídos de disposições, e sim com capitais culturais para pertencer os círculos sociais de alta renda. A possibilidade de enraizamento nas atividades culturais da cidade motivou esses dois arquitetos a participar de diversas instâncias artísticas, entre elas, a criação do Instituto de Arte Contemporânea (IAC)<sup>9</sup> e a revista *Habitat*, ambas ligadas às promoções artísticas do Museu de Arte de São Paulo (MASP), que havia sido em 1947. Lina Bo Bardi e Jacob Ruchti foram responsáveis por articular a criação do curso de desenho industrial e lecionar disciplinas, preconizando as intenções de um design a serviço das mudanças sociais. Também partiram para a prática: estiveram ligados à fundação de duas firmas de design, o Studio Palma e a Branco & Preto, respectivamente.

Dada a ausência de empresas estabelecidas na área e de industriais interessados em pôr em movimento essas ideias, os arquitetos precisariam encampar o negócio e se arriscar na figura de empreendedor. Por outro lado, atuar nas diversas etapas de realização do mobiliário – concepção, desenho, produção e venda - possibilitaria controle do processo, com vistas a garantir a execução de uma proposta autoral. Neste mesmo momento e com esse mesmo espírito, também seria também criada a empresa Móveis Artísticos Z, encabeçada por Zanine Caldas. Diferente dos outros dois arquitetos que se formaram em escolas de arquitetura, Caldas teve seu aprendizado profissional constituído na prática de fazer maquetes para arquitetos já reconhecidos, como Lúcio Costa e Oscar Niemeyer. A experiência no desenho arquitetônico e recorte de madeiras foi direcionada para a elaboração de peças de mobiliário. Em relação à atuação dos outros dois arquitetos, a forma de produção encampada por Zanine Caldas se diferenciou por alcançar uma produção em larga escala, que passou a ser comercializada em grandes magazines.

Em diversos planos de abordagem, a comparação entre as três firmas se mostra rentável para apresentar alguns elementos da constituição de um segmento do campo cultural em São Paulo. Tanto a trajetória dos arquitetos, a inserção na área profissional, assim como a forma de produção, distribuição e

---

<sup>9</sup> Sobre o papel do IAC na formação do design brasileiro, cf: LEON (2006) e SOUZA (2011)

consumo dos mobiliários expõem algumas linhas para se pensar a segmentação dos públicos que acessaram os diferentes tipos de mobiliários nos anos 1950<sup>10</sup>.

### **Lina Bo Bardi e o Studio Palma**

Inaugurado já em 1948, o Studio Palma se formou com a parceria de Lina Bo Bardi e Pietro Bardi com o também italiano Giancarlo Piretti (1906-1977), arquiteto cuja amizade iniciara antes da vinda do casal para o Brasil. O antecedente principal que levou Lina Bo Bardi a vislumbrar a abertura do estúdio de mobiliário foi o desejo de especificação de móveis modernos para o auditório do MASP, então sediado na Rua Sete de Abril, cuja reforma e adequação dos espaços internos ficou a cargo da arquiteta. O espaço exíguo e o uso múltiplo a que estava direcionado o pequeno recinto para apresentações e conferências impunham a exigência de cadeiras leves, dobráveis e empilháveis. Sem disponibilidade no mercado, foi necessário que Lina desenhasse um modelo em couro e madeira nacional compensada, combinação inédita na época, e o levasse para ser produzido numa marcenaria cujo proprietário era um artesão italiano, o que demarca um ambiente paulista que se formava com mão de obra de imigrantes com experiência no trabalho artesanal<sup>11</sup>. [figura 01<sup>12</sup>] Impulsionada por essa demanda pontual de um espaço institucional e vislumbrando oferecer os produtos para uma clientela privada, a criação do Studio Palma se ofereceu à produção de móveis por um processo manufaturado, o que levou os arquitetos a montarem a Marcenaria Pau-Brasil, onde os modelos seriam executados em maior escala e com portfólio diversificado de produtos.

Os móveis projetados pelo Studio Palma estenderam-se a diversas versões de poltronas e cadeiras, carrinho de chá, móveis-bar, estantes para livros, móveis para discos, constituindo um mobiliário exclusivo que se adequava aos espaços de moradia de encomendantes com perfil social

---

<sup>10</sup> Cabe destacar que, embora nos anos 1950 tenham surgido outras firmas de móveis modernos para residências, nesta pesquisa optou-se por tratar apenas das experiências do Studio Palma, Branco & Preto e Móveis Artísticos Z. Essa limitação justifica-se em razão da dificuldade de encontrar dados e registros sobre os encomendantes e consumidores das outras empresas, sem os quais não se consegue mapear de forma sistemática as propriedades sociais do público destinatário. Como informação esparsa, registra-se, por exemplo, que encontrei fotos internas da casa do crítico de cinema Paulo Emílio Salles Gomes que nos informam que os móveis foram fabricados pela Unilabor, empresa que se diferenciava das demais no método de produção ao instituir um modo cooperativo coordenado por religiosos católicos.

<sup>11</sup> Sobre o mobiliário de Lina Bo Bardi, cf. SANTOS, 1985.

<sup>12</sup> As fotografias selecionadas para comporem este trabalho não serão aqui expostas devido à necessidade de autorização de uso de imagem exigidas pelas instituições detentoras do acervo dos arquitetos. Verificarei sobre a possibilidade de projetá-las em datashow no momento da apresentação deste *paper*.



específico, predominantemente ligados aos grupos cultivados. [figura 02] Além de mobiliar os espaços de moradia de um público privado afinado com as orientações modernas, os registros documentais relativos aos orçamentos fornecidos pelo Palma<sup>13</sup> deixam indicado que os móveis projetados mobilizaram o interesse de espaços artísticos e culturais em constituição na cidade. Vale destacar que o documento registrado como “orçamento” expressa o rol de pessoas e instituições que entraram em contato com o Studio Palma, para os quais Lina Bo Bardi fez uma avaliação do custo dos móveis solicitados, sem a possibilidade de se confirmar se tais solicitações geraram efetiva realização e compra do mobiliário. No entanto, a presença dessa documentação sinaliza as redes de sociabilidade que unem clientela e arquiteto, bem como as possibilidades imaginadas em torno da constituição de ambientes modernos.

Entre os espaços culturais, incluem-se atividades que se dinamizavam no início dos anos 1950, referentes ao ramo do cinema, teatro, museu e hotelaria. Cine Art Palácio e Teatro Cultura Artística, ambos edifícios projetados pelo arquiteto Rino Levi, pediram orçamentos para mobiliar os espaços sociais desses prédios. Para a sala de espera do cinema, poltronas em couro e divãs estofados em tecido foram orçados em 1949, compondo uma atualização do mobiliário do Art Palácio, inicialmente inaugurado em 1936, sala que figurava como um dos primeiros espaços de exibição de filmes na região, que depois ficou conhecida como cinelândia paulistana. Já o Teatro Cultura Artística, em agosto de 1949, a pedido de Rino Levi, foram solicitados móveis para serem instalados na nova sede do edifício, cuja inauguração seria realizada em março

---

<sup>13</sup> O Instituto Lina Bo Bardi, localizado na Casa de Vidro, sedia o arquivo documental da arquiteta, com diversos materiais que aqui foram usados como fonte de pesquisa. A partir dos orçamentos dos móveis do Studio Palma, entre 1949 e 1950, foi possível encontrar parte desse grupo de encomendantes, pelo menos aqueles dos quais se guardou a documentação. As folhas de orçamento constam os nomes dos destinatários do pedido, às vezes apenas indicando o sobrenome, a data, e, em alguns casos aparece o endereço de residência. O orçamento apresenta a lista dos móveis solicitados pelo cliente ou, possivelmente, indicados pela arquiteta. Os móveis estão detalhados em relação ao material (por exemplo, madeira de lei, guaiçara, jacarandá da Bahia, pau-marfim ou madeirit), ao revestimento do estofado (tecido pintado a mão, seda, cetim, couro, plavinil) e ao modelo desejado (poltrona P4, mesa M2). Também constam os valores de cada produto e as quantidades solicitadas, às vezes corrigidas à mão com um risco, com mudança de algum detalhe do pedido ou desconto em relação ao valor do produto. A partir da coleta dos nomes de encomendantes, foram buscadas as localizações sociais dessas pessoas em arquivos de jornais e revistas, principalmente a partir do acervo online do Estado de São Paulo e da Hemeroteca da Biblioteca Nacional. Salienta-se que alguns nomes são figuras conhecidas do ambiente cultural dos anos 1950: Alfredo Mesquita, Iolanda Penteado, Francisco Matarazzo Sobrinho, Thomas Farkas, Fúlvio Penacchi. Os outros nomes, em sua maioria, foi possível encontrar alguma entrada nessas bases da imprensa, com notas que indicam a profissão, a publicação de um livro ou artigo, a naturalização da situação de imigrante, aviso de casamento, abertura de empresa, falecimento ou mesmo a frequência em eventos sociais nas colunas da alta sociedade. A presença desses nomes na mídia impressa demonstra que, no pequeno ambiente paulistano dos anos 1950, os encomendantes estão fixados a um grupo social de destaque, seja no campo econômico ou cultural.



de 1950. Os itens elencados referem-se a mobiliário para o foyer, com quatro conjuntos compostos por um sofá, duas poltronas cobertas com cetim e mesa baixa; e para o “toilete das senhoras”, sofá para quatro pessoas, três poltronas, uma mesinha e três cadeiras em cetim-seda. A ambientação dos espaços internos com móveis de linhas modernas certificava os ares de modernidade que o teatro fazia valer, materializado tanto pelo próprio projeto arquitetônico inovador de Rino Levi, como também pelo monumental afresco exibido na fachada semi-circular do edifício, em homenagem às musas das artes, painel em mosaicos de vidros elaborado por Di Cavalcanti que reafirmava a proposta de síntese das artes, tão cara ao movimento moderno.

No fervilhante espírito do IV Centenário, o Hotel Comodoro<sup>14</sup> viria a preencher uma lacuna no mercado hoteleiro com disponibilização de 132 apartamentos, fomento feito com leis de incentivo pela prefeitura, grande interessada em se adequar ao caráter metropolitano que despontava na cidade. [figura 03] O desejo de modernização e valorização econômica de São Paulo passava pela criação de espaços para hospedar as pessoas em trânsito pela capital paulistana. Localizado no centro da cidade, também em proximidade com a cena cultural que ali se concentrava, o edifício foi construído na esquina da avenida Duque de Caxias com a rua Conselheiro Nébias, em terreno<sup>15</sup> onde antes havia o palacete de Olívia Guedes Penteado. A demolição simbolicamente alterava o perfil marcadamente residencial e aristocrático do bairro Campos Elísios, que acolheu inúmeras famílias do café<sup>16</sup>. Também tirava de cena o arquiteto do projeto, Ramos de Azevedo<sup>17</sup>, ao erguer-se no local um grande

---

<sup>14</sup> No Estado de São Paulo, em 25 de janeiro de 1952, o anúncio de inauguração assim divulga o hotel: “Supremo na arte de hospedar. Agora São Paulo pode orgulhar-se de possuir um hotel igual aos melhores do mundo! Como presente de aniversário à ciclópica cidade de São Paulo, inaugura-se amanhã o magnífico Hotel Comodoro, mais uma iniciativa da firma F. R. de Aquino S.A., no setor de seus empreendimentos imobiliários na Capital. Dotado do que há de mais moderno na indústria hoteleira, e pelo serviço ímpar que oferece, o Hotel Comodoro coloca São Paulo a par com os maiores centros mundiais na difícil arte de bem hospedar. O Hotel Comodoro é, igualmente, o primeiro marco da iniciativa particular, nos preparativos que se projetam para festejar condignamente o 4º Centenário da fundação da cidade mais dinâmica do mundo”.

<sup>15</sup> Sobre a produção hoteleira entre os anos 1940 e 1960, cf. MONTEIRO, 2006.

<sup>16</sup> “Na década de 1880, Campos Elísios (a oeste) representou o primeiro loteamento aristocrático e ‘moderno’ feito nos moldes de um empreendimento imobiliário capitalista, para a aristocracia paulistana. Seu projeto era moderno, com ruas retas, largas para a época, cruzando-se em ângulo reto e – grande novidade – uma praça, como parte integrante do loteamento (...)” VILLAÇA, Flávio. *Espaço intra-urbano no Brasil*. São Paulo: Studio Nobel, FAPESP, 2001. p.194.

<sup>17</sup> A residência de Ignácio e Olívia Guedes Penteado foi edificada em 1899 a pedido do casal, com planta que organiza a profusão de cômodos da casa, tão aos modos de morar materializados na forma palacete, que serviu-se ao gosto e às necessidades materiais da aristocracia cafeeira paulistana. CARVALHO, Maria Cristina Wolff de. *Ramos de Azevedo*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2000.

edifício de 19 andares, mudando a paisagem da cidade na cadência da verticalização. No edifício, o uso de insígnias modernas se faria na contratação de Cândido Portinari para execução de painel de mosaico no saguão do restaurante, representando os Bandeirantes, tema amplamente reavivado nas comemorações de 1954. Quanto ao arranjo dos espaços internos, a ambientação proposta por Lina Bo Bardi destinava-se à decoração dos quartos, revestidos com armação de madeira e com móveis que incluíam estante para livros, camiseira e penteadeira com espelho e luz interna, cadeiras e poltronas estofadas, além de tecidos para cortina e para o colchão. Design de interiores e artes criavam um clima estiloso para recepção de políticos, diplomatas, artistas, músicos que frequentavam o hotel.

Para a sede dos Diários Associados, instalado no edifício Guilherme Guinle, na rua 7 de Abril, os orçamentos previam a execução de lambris no hall de entrada, especificação de encomenda feita em setembro de 1949 pelo arquiteto francês Jacques Pilon, responsável pelo projeto. O edifício reunia importantes iniciativas culturais e artísticas, ainda concentradas no centro da cidade: no primeiro andar ficava o MASP, no segundo andar, o MAM e no oitavo andar, o Comitê Editorial da Revista Habitat, contiguidade física que embalou as redes de ajuda-mútua. Por intermédio de Pietro Bardi, a proximidade de Lina Bo Bardi com Assis Chateaubriand também garantiria a execução dos mobiliários do Museu de Arte de São Paulo. Para os espaços de palestras e conferências, foram desenhadas as cadeiras para o auditório, que deram ensejo a criação do Studio Palma. Os orçamentos também registram a entrega no mês de junho de 1950 de escrivaninhas, mesa para telefone, mesa para máquina de escrever, cadeira em estofado em couro e diversas poltronas em ferro esmaltado, conformando as áreas administrativas da instituição.

Se os espaços culturais, tão ao sabor do espírito progressista, tornaram-se um canal possível de escoamento da produção desse mobiliário, as encomendas para residências unifamiliares, onde se registra a maioria dos pedidos, mostram-se como um significativo indicador das práticas culturais e estilos de vidas de determinadas frações sociais. São 26 nomes que compõem essa clientela que acessou o Studio Palma, conjunto que abre pistas para o entendimento da formação de gosto, em suas vinculações entre percepção

estética e as propriedades sociais do encomendante. O pressuposto analítico é que o gosto, uma vez que são escolhas que envolvem preferências e hierarquizações de modelos estéticos, ajustadas a padrões de percepção e apreensão, tanto posiciona o consumidor no espaço social, como também, numa via de mão-dupla, é posicionado pelo pertencimento ou recusa a um espaço social. Cruzando os dados de preferências estéticas com o perfil do grupo destinatário, é possível sinalizar condicionantes sociais na definição do consumo desses objetos simbólicos, demarcando o vínculo entre posição social e estilos de vida.

Em que pese todo empenho para a disseminação das formas modernas, o que se vê, todavia, é que o mobiliário, artefato cuja legitimidade estética impulsionava-se com a atmosfera modernizante dos anos 1950, caía no gosto de reduzidas frações sociais. No caso em questão, uma análise pormenorizada das situações de encomenda indica que os grupos vinculados ao Studio Palma estão demarcados pela inscrição cultural, profissional e étnica dos clientes, em círculos sociais que se sobrepõem e se reafirmam. O mapeamento detalhado desses comitentes revela que as dinâmicas de encomenda ficaram circunscritas às redes de relações primárias, contatos diretos decorrentes da posição do casal Bardi no meio cultural, principalmente recrutados no ambiente em torno das atividades artísticas do Museu de Arte de São Paulo. Levando-se em conta essa constrição social, assentada na homologia social entre arquitetos e clientes, poder-se-ia levantar hipóteses sobre o curto período de funcionamento dessa firma de produção de móveis.

Os orçamentos disponíveis, entre maio de 1949 e agosto de 1950, contém em sua maioria encomendas privadas feitas por uma clientela reduzida, pertencentes às camadas médias em emergência na cidade de São Paulo, ligada principalmente aos redutos artísticos e culturais dos quais a arquiteta também fazia parte. Entre eles, o fotógrafo Thomas Farkas e o artista plástico Fúlvio Pennachi, que tinham vinculações com as atividades do MASP ou ainda de frações culturais da burguesia, grupos interessados em patrocinar o circuito das artes e as novas linguagens estéticas, como Francisco Matarazzo Sobrinho, Yolanda Penteado, Alfredo Mesquita e Ambrógio Bonomi.

Para Francisco Matarazzo e Yolanda Penteado, as encomendas concentraram nos espaços de intimidade, com a decoração do quarto do casal. Previa-se o revestimento das paredes com listras de pau-marfim, prateleiras para livros, mesa curva com gaveta, camiseira, almofadas em couro e algumas poltronas laqueadas. Diretamente em seu nome, dona Yolanda contratou serviço de tapeçaria, com a instalação de cortinas em abril de 1950, para a residência recém-aberta na rua Estados Unidos, número 1093. Nesse momento, a mecenas estava com 47 anos, há três casada com Ciccilo, numa parceria afetiva, artística e empresarial que imantava os investimentos no cenário cultural de São Paulo, com a fundação do MAM, a organização das Bienais de Arte, as compras de coleções de obras de arte, os preparativos para a comemoração do IV Centenário da Cidade, entre outras iniciativas que passavam por seu crivo e sua articulação<sup>18</sup>. Já Alfredo Mesquita<sup>19</sup>, filho caçula de Júlio Mesquita, furtou-se a assumir os negócios familiares ligados ao grupo do jornal Estado de São Paulo e enveredou-se para o patrocínio de experiências culturais na cidade. Nos anos 1940, se ocupava com a organização dos espaços ligados à cena literária e teatral, para os quais iria contribuir com a escrita de peças e os incentivos à publicação da Revista Clima. Desde 1942, tocava a livraria Jaraguá, localizada na mesma quadra do prédio dos Diários Associados, ponto de encontro de intelectuais e artistas. No final da mesma década, esteve ligado à fundação da Escola de Arte Dramática e do Teatro Brasileiro de Comédia. As encomendas do mobiliário, no entanto, também viriam a se ajustar a seus espaços privados, revelando, no pedido para decoração do terraço de sua residência, as atividades que preenchiam seu tempo de lazer com a recepção de amigos, a jogar cartas na mesa de jogo com tampa de camurça verde.

Para além dos círculos de alto poder aquisitivo, aqueles direcionados ao incentivo da cultura nas esferas institucionais, um contingente de clientes que se dirigiram ao Studio Palma localizavam-se nas famílias em ascensão profissional, ocupando posições entre as atividades liberais, artísticas e intelectualizadas, grupos também devotos do espírito cultural moderno. Jornalista, escritor,

---

<sup>18</sup> Os arranjos mobilizados em torno da dinamização da cena cultural e artística da cidade foram relatados na autobiografia de Yolanda Penteado, descrita no prefácio de Gilberto Freyre como “protetora de artes e admiradora de artistas e amiga de escritores” PENTEADO, Yolanda. *Tudo em Cor de Rosa*. São Paulo: Edição da Autora, 1977. (p.27)

<sup>19</sup> Para biografia de Alfredo Mesquita, ver: GÓES, Marta. *Alfredo Mesquita: um grã-fino na contramão*. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2007.

médico, radialista, cantora lírica, fotógrafo e artista plástico são algumas profissões identificadas entre os clientes, configurando um perfil cultivado de adesão às insígnias de modernidade. Entre eles, destaca-se a presença da cliente paulista residente no Rio de Janeiro Helena Sangirardi, de quem Lina Bo Bardi deixou guardado um recadinho escrito em um pequeno pedaço de papel, com dizeres que põem à mostra as negociações em torno da compra dos móveis, os esforços para transportar a mercadoria para a moradia carioca, os vínculos de amizade, coroados pela promessa de troca de favores:

Lina,  
Acabo de saber, por um vizinho, que a 'Itaú', uma companhia de aviação, faz transporte de móveis por CR\$ 1,20 o quilo, sem ser preciso engradado. A "Ser" cobra 1,80 e é indispensável o engradado. Se você quiser se informar aí, será favor. Se achar conveniente, pode mandar os móveis, mas telegrafe antes para meu mano: Sr Jorge Bechuat, rua Santa Clara, 36, apto 1001, Copacabana, Rio de Janeiro. Avise data da chegada, de acordo com informação da Companhia. E muito obrigada, desde já. Vamos depois de amanhã para Cambuquira, onde Girardi vai terminar seu restabelecimento, fazendo uma estação de águas. Lá nosso endereço é Hotel Empreza e o telefone é 25, caso haja alguma necessidade de falar com a gente, o que não acredito.

Se não houver censura, talvez "o Cruzeiro" publique umas linhazinhas a seu respeito, no dia 22-04-1950, nas minhas páginas. Estou escrevendo pessimamente, hoje, não sei porque.

Helena B. Sangirardi (data 16-03-1950)

Nos anos 1950, Helena Sangirardi ocupava um lugar proeminente na cena midiática brasileira, como locutora na Rádio Nacional, articulista na revista *O Cruzeiro*, (pertencente grupo *Diários Associados*) e apresentadora na *TV Tupi*, atuando em diversos programas<sup>20</sup> voltados para os temas femininos: economia doméstica, conselhos sentimentais, regras de etiqueta, entrevistas com personalidades, além de publicar "A alegria de cozinhar", livro que reunia suas receitas simples para facilitar o dia a dia da mulher, tornando-se um *best-seller* que com a venda "comprou um apartamento"<sup>21</sup>. Também figurava como garota-propaganda em diversos anúncios para o mesmo público, divulgando panelas de pressão, sardinha e feijoadas enlatadas, achocolatado em pó, margarina

<sup>20</sup> Na Rádio Nacional, comandava como radialista o programa "Conselho Sentimental"; na revista *O Cruzeiro*, era responsável pela seção de culinária, editando uma coluna semanal; na *TV Tupi* apresentou "Cartazes Luminosos", programa com entrevistas, "Doce Lar" e "Bazar Feminino". A fama no universo feminino até lhe rendeu homenagem de Vinícius de Moraes, que em referência aos dotes culinários da apresentadora, dedicou o poema "Feijoada à minha Moda", uma "receita poética de sua feijoada completa": "Amiga Helena Sangirardi / Conforme um dia prometi / Onde, confesso que esqueci / E embora — perdoe — tão tarde/ (Melhor do que nunca!) este poeta/ Segundo manda a boa ética / Envia-lhe a receita (poética)/ De sua feijoada completa. MORAES, Vinicius. *Para viver um grande amor*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010. p.96.

<sup>21</sup> "Consultora Sentimental e culinária". *Diário de Notícias*, 27 de dezembro de 1951.

vegetal, liquidificador, dedetizador de baratas, sabonete, de marcas até hoje conhecidas - Panex, Toddy, Claybon, Nestlé e Walita, participação que acena para o vigoroso mercado de produtos industrializados. Não se descuidou também das atividades políticas em defesa da mulher, assinando petições de apoio e atuando como primeira secretária eleita numa entidade da classe, a Federação das Mulheres do Brasil, frente de ação do movimento feminista<sup>22</sup>. Em momento de auge de sua carreira, em fevereiro de 1950, Helena encomendou um conjunto de móveis para mobiliar sua sala de visitas, a ser ocupada com cadeira de balanço e espreguiçadeira amarelas, sofás, diversas poltronas em pau-marfim e embuia, bergères, cadeiras para a mesa da sala de jantar e diversas mesinhas laterais, decoração e mobília cujas linhas modernas e o ambiente aconchegante, embora não tivessem conseguido ganhar as “linhazinhas” prometidas na revista O Cruzeiro, foram dignos de nota nos Diários de Notícias, em cuja reportagem uma jornalista que a entrevistou assim descreveu:

Estou hoje num apartamento realmente bonito e agradabilíssimo, desses em que a gente sente logo vontade de ficar morando. Lina Bardi, a arquiteta paulista, traçou os móveis, e a dona da casa desenhou a decoração. São sempre linhas retas. É acolhedor, elegante, esportivo aquele apartamento da rua Sá Ferreira, em Copacabana.<sup>23</sup>

Por vezes, os laços de ligação de Lina Bo Bardi à sua clientela estiveram amarrados às redes de sociabilidade inscritas nos grupos de imigrantes italianos, em que se sobrepõem relações profissionais, de apoio e camaradagem, em razão também da situação de asilo político. Entre eles, pode-se citar os serviços de marcenaria repassados pelo arquiteto italiano Danielle Calabi entre os meses de maio de julho de 1949. Os orçamentos para substituição das janelas da casa de praia de Paulo Matarazzo, de detalhamento da estante para a sala de Luciano Falzoni e das portas a serem colocadas na moradia de Ambrógio Bonomi<sup>24</sup> – clientes também italianos - foram

<sup>22</sup> Revista O movimento Feminino, dezembro de 1951, p.2.

<sup>23</sup> “Consultora Sentimental e culinária”. Diário de Notícias, 27 de dezembro de 1951.

<sup>24</sup> Fugindo dos ataques da 2ª Guerra Mundial, Ambrógio Bonomi, engenheiro militar, veio para o Brasil e fixou-se com a família em São Paulo em 1947, quando a filha Maria Bonomi, hoje reconhecida artista plástica, estava com 12 anos. A facilidade de entrada no país se deu devido à cidadania brasileira da esposa, Georgina Martinelli, filha do abastado empresário Giuseppe Martinelli, que construiu em 1922, o primeiro arranha-céu da cidade. Desde cedo, a frequentação dos círculos culturais da cidade, entre eles de Segall, Matarazzo e dos Bardi, lhe rendeu nos anos 1950 matérias publicadas em jornais e revistas, como na própria Habitat nº 7 de abril/junho de 1952, texto escrito por Lina Bo Bardi com o título “Mais uma amadora”, em que apresenta uma tela da jovem pintora já afeita à cidade, expondo a obra “Paisagem urbana de São Paulo” p.40-41. Para dados biográficos e da trajetória artística de Maria Bonomi, cf. LAUDANNA, Mayra. *Maria Bonomi da gravura à arte pública*. São Paulo: Editora da Universidade de São

encaminhados aos cuidados do arquiteto, cuja atividade profissional no Brasil ocorreu entre 1939 e 1949, sendo recebido, ao se refugiar da Itália às vésperas da Segunda Guerra Mundial, por Rino Levi em escritório. Esses serviços de marcenaria, destoantes das atividades comumente exercidas pelo Studio Palma, possivelmente tenham sido reencaminhados para Lina em razão do retorno de Calabi à Itália, saída justificada pela limitação que a atividade profissional aqui lhe impunha, restrita a projetos residenciais para famílias dos círculos italianos.

No conjunto dos encomendantes italianos também figuram o escritor e jornalista Adriano Grego, que em 1941 asilou-se no Brasil em decorrência de embates contra o fascismo, tendo aqui colaborado em jornais e revistas com reportagens sobre guerra, gueto dos judeus e espionagem e o cliente Alberto Mortara (1920-1996), filho de Giorgio Mortara (1885-1967) e Laura Ottolenghi (1893-1971). Neste caso, pai, mãe e irmãos (Alberto com 18 anos, Marcella com 16, Guido com 15 e Valério com 7) vieram para o Brasil em janeiro de 1938 escapando das coerções políticas e das leis raciais impostas aos judeus italianos<sup>25</sup>. Economista e professor de Estatística na Universidade de Milão, Giorgio Mortara conseguiu o visto de entrada no Brasil num momento em que a autorização para recebimento de semitas no Estado Novo era dificultada, no entanto, o convite de universidade brasileira e trabalho no IBGE garantiram a fixação da família no país<sup>26</sup>. Alberto Mortara chegou no Brasil com dezoito anos, e logo após, mudou-se para São Paulo para cursar Economia na Fundação Álvares Penteado, formação que possibilitou galgar cargos executivos em empresas nacionais e multinacionais, entre elas, a Indústria Reunidas Matarazzo e a Ford. A encomenda de mobiliário em 1950 também coincide com a construção de uma residência no Brooklin, fruto dos recursos garantidos pela boa posição econômica, logo seguido do casamento e constituição de sua família em São Paulo. Dos móveis listados no orçamento - cadeiras em pau-marfim, mesa de abrir, móvel estante para livro, mesa em pau-marfim, sofá com tiras de lona e almofadas soltas, bergère grande, 2 poltronas, floreira, móvel

---

Paulo, Imprensa Oficial, São Paulo, 2007.

<sup>25</sup> A família veio para o Brasil devido às imposições religiosas impostas pelo fascismo. Em 1938. Giorgio Mortara foi demitido do cargo de professor e seus filhos impedidos de frequentar as escolas públicas. Giorgio buscou então possibilidades de trabalho em outros países, e tendo recebido convite do IBGE para vir colaborar no recenseamento de 1940, o aceitou. Agradeço à família Mortara – Valério, Fábio, Adriana, Maria Luísa - pelas informações transmitidas, assim como pela busca de fotos antigas no álbum da família, à procura dos móveis encomendados a Lina Bo Bardi.

<sup>26</sup> Cf. BIGAZZI, 2007.



com 4 gavetas e duas prateleiras – foi possível localizar no álbum da família duas fotos de momentos íntimos reunidos na sala de estar, em que aparece a mesa de centro, o sofá e a bergère. [figura 04, 05]

Elphy Rosenthal, colecionador de obras de arte e atuante na área de corretagem financeira, e José Mário Taques Bitencourt, médico e também vinculado a outras iniciativas culturais, como a Revista *Clima*, valeram-se das linhas inovadoras do Studio Palma para decorar suas residências recém-construídas, no Pacaembu e no Sumaré, respectivamente, novo vetor residencial de fixação das ascendentes camadas médias e altas<sup>27</sup>. Os dois clientes do Studio Palma têm em comum o fato de suas casas terem sido então projetadas, em 1949, por Vilanova Artigas, num momento em que o arquiteto ganhava proeminência no cenário paulistano. [figura 06] Retesada na prática política, a encomenda da moradia viria como selagem da amizade entre os simpatizantes do Partido Comunista, possivelmente um índice para a aceitação de um habitat pouco convencional. Os espaços fluidos, os volumes em concreto, as grandes janelas de vidro e a integração com o jardim arrancaram elogios de Lina, a ponto de algumas casas de Artigas desse período constarem em longo artigo na primeira edição da Revista *Habitat*, em outubro de 1950. Três meses antes, o Studio Palma fechava a encomenda dos móveis de Bitencourt, em que constam duas poltronas estofadas com fazenda feita a mão, uma mesa de pau-marfim extensível, uma espreguiçadeira estofada em branco e preto, oito cadeiras de madeirit, um carrinho de chá e um móvel com estantes para bar e biblioteca, artefatos que organizam os espaços integrados da casa.

Os registros iconográficos publicados na matéria da *Habitat*, feito por Francisco Albuquerque especialmente para essa edição da revista, mostram o arranjo da sala de estar e do terraço. [figura 07] A disposição das poltronas em formato bumerangue e a mesa de centro na sala de estar; a espreguiçadeira bicolor, com poltrona e mesinha lateral, no terraço, compõe junto com as formas amplas da casa um ambiente fluido, que era entendido como efetivamente moderno, condição que entusiasma Lina Bo Bardi a escrever sobre a empreitada. No ensaio, intitulado “Casas de Artigas”, Lina Bo Bardi saudava o arquiteto com um estilo entusiástico, em atitude que também marcava a sua

---

<sup>27</sup> Para as dinâmicas de deslocamentos espaciais e os processos históricos de formação dos bairros residenciais de alta renda, cuja ocupação concentrou-se sobretudo no vetor sudoeste cf: VILLAÇA, 2001, principalmente capítulo 8.

estreia na crítica de arquitetura no Brasil. Ao dar destaque ao arquiteto, Lina assinava a carta de princípios em defesa da arquitetura e mobiliários modernos, um movimento que denota seu interesse de reconhecimento no meio local. Os comentários que faz aos projetos de Artigas realçam a radicalidade poética e política do arquiteto na conformação de espaços que unem ambiente externo com interno, ao se valer da conexão entre cômodos costumeiramente separados, como sala e cozinha, e do uso de painéis de vidro, deixando entrar luz em todos espaços da moradia. Seguindo o argumento de Lina, em suas linhas leves e limpas, os móveis contribuiriam para ratificar a fluidez dos ambientes e, metaforicamente, se distanciariam do modo de morar aburguesado, ao propor “uma moral de vida” que “quebra os espelhos do salão burguês”.

A se considerar a exclusividade dos móveis projetados e produzidos pelo Studio Palma e do reduto social a que estavam destinados, torna-se explícita a limitada consciência de modernidade que se formava no início dos anos 1950, restrita àqueles que se negavam a viver “entre móveis chippendale e abat-jours pintados a mão”<sup>28</sup> e que, servindo-se desses conteúdos simbólicos, afirmavam sua circunscrição cultural privilegiada. Levando em conta a especificidade da clientela, o fato de estarem envolvidos com as manifestações estéticas em matéria de fotografia, teatro, música e artes plásticas aguçava a sensibilidade artística para os padrões modernos de gosto em arquitetura e decoração de interiores.

Em que pese todo esforço dos arquitetos para a disseminação das formas modernas, o que se vê é que o mobiliário produzido pelo Studio Palma, artefato cuja legitimidade estética impulsionava-se com a atmosfera modernizante dos anos 1950, caía no gosto de reduzidas frações sociais. O mapeamento detalhado desses comitentes aponta que as dinâmicas de encomenda ficaram circunscritas às redes de relações primárias, contatos diretos decorrentes da posição do casal Bardi no meio cultural. Os grupos sociais que tiveram acesso ao mobiliário do Studio Palma estavam inscritos nas mesmas rodas sociais dos produtores, reafirmando e sobrepondo a inscrição cultural, profissional e étnica dessas redes de sociabilidade. Como se viu, a

---

<sup>28</sup> Revista Habitat, nº 1, 1950. p.2-16.

irradiação desses produtos não passou para além dos grupos cultivados em torno do MASP, das indicações dos amigos arquitetos e dos círculos de imigrantes italianos. Esse enclacramento da produção talvez explique o curto período de funcionamento do Studio Palma. Sem possibilidade de escoamento de seus artefatos para além da roda de amigos pessoais, colegas da colônia e parceiros profissionais, a firma fechou em três anos.

### **Jacob Ruchti e a Branco & Preto**

A situação não seria diferente com a firma que Ruchti montou com os amigos de faculdade. Inaugurada em dezembro de 1952 por um conjunto de arquitetos que se tornaram amigos durante o curso de arquitetura no Mackenzie, a Branco & Preto, atenderia a um nicho de consumidores cultivados, porém com alguma diferença em relação àqueles que acessaram o Studio Palma. Foram encomendantes sobretudo recrutados nos círculos sociais dos donos da loja, que também possuíam escritório de arquitetura. Os serviços contratados se estendiam do projeto da casa à decoração de seus espaços, o que incluía a execução da mobília. Localizada na arborizada rua Vieira de Carvalho, local favorável por ser perto dos escritórios de arquitetura dos proprietários, a loja também se aproximava da elegância de outras atividades que ali se encontravam, como galerias de arte, antiquários e empórios de produtos finos.

Além de Jacob Ruchti, os arquitetos Miguel Forte, Plínio Croce, Roberto Aflalo, Carlos Millan e Chen Y Hwa fizeram parte da empreitada em nome do design moderno, atividade que corria em paralelo aos escritórios de arquitetura que separadamente encabeçavam. A parceria dos amigos se deu logo depois que terminaram a faculdade, um ambiente de formação que, embora refratário às tendências modernas, abriu brecha para que esses alunos questionassem as imposições de Christiano Stockler das Neves, diretor afeito ao ecletismo. O empenho em defesa das linhas modernas, levou-os, depois de formados, a se juntarem para desenvolver projetos residenciais e de mobiliário na linha racionalista.

A formação cultivada de Miguel Forte e Jacob Ruchti, sobretudo acumulada no ambiente familiar com concentração de capital econômico e cultural, foi apontada por um arquiteto amigo do grupo como um elemento

distintivo para elaboração de propostas “de bom gosto incrível”. Ruchti é lembrado como um “sujeito requintado”, o “rei do bom gosto”, ao produzir móveis com tecidos em cores variadas, tendo inventado “para as cores nomes associados com a arquitetura, cidades italianas, estações do ano etc”<sup>29</sup>. Nascido em 1917 na Suíça, Ruchti veio para o Brasil ainda pequeno, em 1919, com a família que escapava das atribulações da Primeira Guerra Mundial. Tanto do lado materno (judeus russos) quanto paterno (suíço), a socialização num ambiente marcado por recursos econômicos e pelo acesso à arte. O pai de Ruchti formou-se em arquitetura na Universidade Técnica de Munique, tendo imigrado para o Brasil com o convite para trabalhar nas empresas da família Klabin, sendo entrosado nos círculos culturais dos anos 1920. Ali faziam parte de suas relações sociais encontros com Gregori Warchavchik e Lasar Segall, ambos casados com filhas da família Klabin e também com outros arquitetos, entre eles, Rino Levi, como também poetas e escritores ligados à Semana de 22, como Guilherme e Tácito de Almeida e pintores, como Mucia Pinto Alves, conformando um ambiente de vanguarda em que Jacob conviveu desde pequeno<sup>30</sup>. Tal familiaridade com o universo artístico de vanguarda paulistano fez com que os amigos de faculdade de Jacob o identificassem como um estudante de arquitetura de bom gosto, afinado com a modernidade. E mesmo essa socialização o encaminhou para diversas atividades profissionais junto ao MASP, na organização de exposições, no desenho industrial, com participação no corpo docente do IAC e na Revista Habitat, escrevendo artigos.

A vinculação de Jacob Ruchti na Branco & Preto contribuía para dar esse espírito refinado aos produtos comercializados, caráter que se manifestava também na logomarca [figura 08] criada pelo arquiteto ao empreendimento, que associava o requinte das cores clássicas com a tipografia escrita em Bodoni<sup>31</sup>. As criações dos móveis mantinham esse padrão sóbrio. [figura 09, 10] Nos desenhos, verifica-se que o grupo se propôs a desenvolver um mobiliário elegante inspirado nos repertórios estéticos dos arquitetos norte-americanos e da Bauhaus, abastecidos por imagens que circulavam por meio de revistas

---

<sup>29</sup> Depoimento de Salvador Candia em ACAYABA, 1994. p. 66

<sup>30</sup> Os dados das origens familiares e dos grupos culturais com os quais a família de Ruchti se relacionava encontram-se na dissertação de mestrado da filha do arquiteto: RUCHTI, 2011.

<sup>31</sup> Principais trabalhos sobre a história do design de móveis brasileiro cf. SANTOS, 1985, 1993, 1995.

internacionais ou registradas em viagens que realizaram ao exterior<sup>32</sup>. Em 1947, para complementar suas formações estéticas e culturais, Miguel Forte e Jacob Ruchti fizeram juntos uma viagem de seis meses aos Estados Unidos<sup>33</sup>, onde entraram em contato com a produção moderna norte-americana. Inspirados por essa viagem, produziram seus móveis com linhas retas e elegantes. O apuro na escolha dos materiais e as combinações de cores conferiam às linhas modernas um caráter requintado, refinamento que se mostrava adequado ao perfil de maior poder aquisitivo das frações de classe que se valeram de tais produtos.

A partir das plantas e das perspectivas, em que aparece o nome do encomendante do projeto de design de interiores, é possível identificar, entre 1952 e 1958, 21 destinatários para os quais foram desenvolvidos projetos da Branco & Preto<sup>34</sup>. O recrutamento desse público se dava em grande medida a partir dos escritórios de cada um, servindo clientes que os acessavam para encomendar um projeto residencial, ou de arquitetos próximos aos círculos dos mackenzistas, como Rino Levi, Oswaldo Bratke e Rodolfo Ortenblad, que indicaram clientes. Observa-se também que parte desses projetos destina-se ao consumo do próprio arquiteto, como também de irmãos e parentes próximos aos proprietários, como Roberto Milan, Luiz Forte. Uma análise da inserção profissional de alguns clientes, como Oswaldo Mitsuo Fujiwara, Carlos Schmuzigner e Enzo Segri, mostram que foram empresários na cidade de São Paulo, imigrantes em ascensão que tinham investimentos em setores industriais.

Nesse conjunto ligado a setores econômicos de maior poder aquisitivo, também se verifica a importância dada aos capitais culturais. Um desses projetos significativos são as propostas de decoração e design de interiores efetuados para a residência da entusiasta das artes Maria Luíza Ferraz Americano (1917-1972) e seu marido, o engenheiro Oscar Americano (1908-1974). O projeto arquitetônico da casa, localizada na chácara de recreio da família no então distante Morumbi, foi realizado por Oswaldo Bratke, arquiteto-engenheiro amigo do proprietário, ambos formados na Escola de Engenharia do

---

<sup>32</sup> Para uma monografia sobre a Branco & Preto ACAYABA, 1994.

<sup>33</sup> O arquiteto fez apontamentos sobre sua viagem num diário de juventude (FORTE, 2001)

<sup>34</sup> As plantas arquitetônicas, perspectivas e vistas frontais do conjunto de desenho realizados pelos arquitetos da Branco & Preto, bem como as fotografias internas dos arranjos de mobiliários da casa foram publicadas no livro de Marlene Acayaba sobre a Branco & Preto. Ali constam os desenhos e os nomes dos encomendantes, único material encontrado em que foi possível acessar parte dos destinatários desses produtos.

Mackenzie em 1931. [figura 11] Os detalhados desenhos e perspectivas efetuados pelos arquitetos da Branco & Preto em 1956 dão mostras do rigor no projeto de design de interiores, em que utilizam armários embutidos retilíneos, estantes com nichos variando entre cheios e vazios, em assonância com os longos bancos que compuseram a demarcação dos espaçosos ambientes da casa. [figura 12, 13] As poltronas de palhinha e sofás de linhas leves e retas revestidos de seda natural nas cores peroladas e acinzentadas garantiriam centralidade visual às obras de arte dispostas nos vários espaços da casa, telas e esculturas que compunham o acervo artístico do casal de mecenas.

### **Zanine Caldas e a Móveis Artísticos Z**

Além do Studio Palma e da Branco & Preto, a década de 1950 também instigou a realização de outras experiências que representaram um acúmulo para a formação do design moderno brasileiro e dão a medida do caráter modernizador em curso. Naqueles anos, participam dessas investidas diversos empreendimentos que expressam tentativas de coordenar a produção industrial de suas peças, entre elas a Unilabor, que seria fundada a partir de uma atuação cooperativa coordenada pelo Frei Dominicano João Batista Ferreira dos Santos e Geraldo de Barros; a L'Atelier, que diante da dificuldade de padronização do móvel residencial, ampliaria seu portfólio com a produção industrializada em série para o setor comercial e de escritórios, menos constrangido às imposições de gosto e variações de moda, e a Móveis Artísticos Z, empresa de maior escala de produção implementada por Zanine Caldas e Sebastião Pontes em São José dos Campos.

A trajetória de exceção de José Zanine Caldas (1919-2001) apresenta elementos significativos das possibilidades e circunstâncias de formação profissional do designer/arquiteto fora dos espaços acadêmicos e universitários. Num momento em que a institucionalização dos cursos de desenho industrial ainda não se efetivara, Zanine trilhou um caminho diferente de Lina Bo Bardi, formada na Faculdade de Arquitetura de Roma, em 1939 e Jacob Ruchti, no Mackenzie, em 1940, arquitetos que ingressaram na profissão de design de móveis e de interiores por meio das credenciais adquiridas numa formação oficializada. Embora filho de médico em Belmonte, na Bahia, cursou a escola

apenas até o ginásio, partindo para um percurso de formação prática, pelo qual entrou em contato com Lúcio Costa, no IPHAN, onde trabalhou como obreiro na conservação de edifícios históricos de Minas Gerais e Bahia. Também trabalhou em respeitadas escritórios de arquitetura, com Oscar Niemeyer, no Rio de Janeiro e Oswaldo Bratke, em São Paulo. Foi recuperando portas de casarões coloniais e executando maquetes, entre elas, a do Ministério da Educação e Saúde e do Estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro, e do Edifício Copan, em São Paulo, que Zanine treinou suas competências técnicas de desenho e manejo de materiais. Em meio ao trabalho dos modelos em miniatura dos projetos de edifícios nos escritórios de arquitetura, propôs maquetes inicialmente em gesso e depois executadas em madeira compensada, trabalho de pesquisa de materiais e aquisição de habilidades que o ajudou a desenvolver domínio técnico sobre o talhe da madeira e a modelagem de formas arquitetônicas em escala reduzida.

Inscrito nessas redes de relações sociais, o contato com ícones do modernismo arquitetônico foi favorável para aproximá-lo dos valores e traços modernos, bem como a iniciá-lo num círculo restrito de profissionais, a ponto de ser convidado, em 1951, por Alcides Rocha Miranda para implementar uma oficina de maquetes na Faculdade de Arquitetura da Universidade de São Paulo, curso que havia sido fundado há três anos. Naquele momento, desenho industrial ainda não constituía um grupo de disciplinas oferecidas nas grades curriculares da faculdade, reforma do ensino que só viria ocorrer em 1962. A contratação de Zanine visava oferecer aos estudantes uma formação técnica e prática para elaboração de seus projetos a partir da representação tridimensional, modelagem que os ajudaria a se distanciarem da formação academicista e baseada na composição de estilos da Escola Politécnica.

Na trajetória de Zanine, a passagem da escala reduzida da maquete para escala 1:1 do mobiliário ganhou força no final dos anos 1940 e início dos anos 1950, com experimentações para arquitetos, entre eles, Vilanova Artigas, com a execução de mobiliário para sua residência no Campo Belo, montando os móveis embutidos dos quartos, poltronas e cadeiras. [figura 14] No trabalho de marcenaria, seria também o responsável por produzir um dos únicos desenhos de mobiliário projetados por Artigas, as poltronas da sala de espera da secretaria, destinados à empresa de seguros de vida A Equitativa, cujo



proprietário era o português e simpatizante comunista Manuel Mendes André. [figura 15] Nesse projeto, Artigas foi o responsável pela modernização das instalações de dois andares do escritório da empresa, onde desenhou as divisões internas das salas de atendimento, arquivo, expediente, secretaria etc, espaços que contaram com trabalhos de pessoas ligadas a seu círculo de amizade e inclinações políticas de esquerda, como Rebollo Gonçalves, que atuou na pintura e Candido Portinari, com a encomenda de três grandes painéis representando ciclos econômicos brasileiros, escolhas que manifestam interesses coadunados entre proprietário, seus artífices, arquitetos e colaboradores estéticos a produzir imagem atualizada da empresa.

À procura do perfil dos encomendantes de seus móveis, nesses anos é também possível deixar indicado os relatos de Deocélia Vianna<sup>35</sup> - casada com o dramaturgo Oduvaldo Vianna e mãe do também autor de peças teatrais Vianinha. Na biografia da família deixa registrado a contratação de Zanine Caldas para produzir o mobiliário de sua casa, em São Paulo no bairro do Sumaré, projeto de 1949 também de Vilanova Artigas. Descrevendo os investimentos afetivos e artísticos direcionados à realização da casa da família, sobressai o circuito de relações com militantes e simpatizantes das ideias comunistas, entre os quais, além de Zanine, inclui-se a contratação de Clóvis Graciano para a elaboração do painel na sala de estar e a encomenda de uma pintura de Portinari. Possivelmente, os laços entre Artigas, família Vianna e Zanine estivessem também perpassados pela simpatia com as ideias do Partido Comunista, conformando um conjunto de relações acionáveis na amizade, em que cruzam militância política, amor pela arte e camaradagem profissional.

A tentativa de implementar uma produção de móveis em escala industrial, e, portanto, liberta da relação direta com as restrições da encomenda, seria realizada em 1950 com a criação da Móveis Artísticos Z em São José dos Campos, tendo como sócio o empresário Sebastião Pontes. A Zanine coube desenhar os móveis e planejar um processo produtivo que dinamizasse o uso da madeira compensada, aproveitando as folhas do material de modo a racionalizar as etapas de produção. As placas de madeira eram recortadas pela maquinaria e parafusadas manualmente por operários, em seguida, o estofamento era grampeado, sem a necessidade de costurar as lonas às

---

<sup>35</sup> Sobre as informações biográficas de Oduvaldo Vianna e sua família Cf. VIANNA, 1984.

estruturas das poltronas. Surgiriam, assim, móveis de fácil montagem, próprios para serem realizados em larga escala, com processo produtivo que se esquivava da necessidade do trabalho artesanal de tapeceiros e marceneiros especializados, tal como no Studio Palma e Branco e Preto, que utilizavam mão de obra de imigrantes europeus com familiaridade nos serviços artesanais. Ainda que formalmente se aproximasse da linguagem que Lina Bo Bardi vinha utilizando, com peças em formato bumerangue, e em linhas angulosas, o acabamento conseguido pela Móveis Z era bem mais rústico, tanto em relação ao uso da madeira quanto das formas de encaixe. Também era uma linha de móveis que se diferenciava completamente da proposta sóbria da Branco e Preto, pois os materiais de revestimento dos estofados eram em cores primárias de forte intensidade, em material sintético, distante dos tecidos finos e de boa qualidade empregados pelos arquitetos mackenzistas. [figura 16] Na ótica do desenho industrial, o investimento na serialização das peças possibilitaria o barateamento dos custos, incrementando a difusão dos móveis para um público mais amplo, o que estenderia o acesso para além dos segmentos sociais em contato com os círculos de sociabilidade do mundo das artes, aqueles já identificados com a estética moderna.

A estratégia de veiculação constante de anúncios da Móveis Z em jornais e revistas com influência e de circulação abrangente, entre eles *Estado de S. Paulo*, *O Cruzeiro*, *Readers Digest* e *Casa e Jardim*, deixam claro que os empresários, ao valerem-se dessas instâncias ampliadas de circulação, visavam abarcar um mercado consumidor de maior envergadura<sup>36</sup>, ou seja, conquistar um público ainda não convertido à apreciação do gosto moderno. Idealizavam produzir “móveis modernos ao alcance da maioria”, atrelando sempre nas propagandas a ideia de baixo custo e acesso à modernidade. [figura 17, 18, 19] Quanto à ligação entre forma e função, os anúncios buscavam vincular os móveis a um padrão de bom gosto, originalidade e vanguardismo, prometendo conforto, elegância e funcionalidade a preços acessíveis. No empenho em expandir o mercado consumidor e acessar camadas sociais afastadas pelos altos valores dos móveis modernos, os slogans veiculados tentavam fundir a imagem de modernidade à economia, enfatizando que o comprador poderia

---

<sup>36</sup> A se fiar pela indicação na primeira página da revista *O Cruzeiro* de 17 de janeiro de 1953, edição onde aparece uma publicidade da Móveis Z, a tiragem daquela publicação foi de 550.000 exemplares.

estar na vanguarda com valores que “custam bem menos do que você pensa” ou ainda parcelando os gastos na renovação completa dos ambientes domésticos.

Para além das rodas sociais já familiarizadas ao gosto moderno, como se fazia nas outras iniciativas de design de mobiliário, o desafio da Móveis Z seria convencer - estética e financeiramente - outras camadas sociais a aderir às linhas arrojadas. Em 1957, a amplitude da empresa pode ser constatada pela atuação de mais de 150 funcionários na fábrica e pela comercialização do produto em lojas de departamento e diversas revendas autorizadas. Em São Paulo, os anúncios dão pistas da grande difusão que os artefatos da Móveis Z atingiam, ao ser revendido em mais de vinte lojas em diversos bairros da cidade de São Paulo (Centro, Brás, Santa Cecília, Consolação, Pinheiros, Vila Mariana, Tucuruvi, Ipiranga), assim como nas cidades de Santo André e São Bernardo do Campo, o que demarca um perfil de consumo entre classes médias e populares. Disseminado para além de São Paulo, as propagandas também indicam a revenda desse mobiliário em quatro lojas em Santos, além de lojas em Campinas. Extravassando a dimensão do estado paulista, Rio de Janeiro, Petrópolis, Belo Horizonte e Londrina são também cidades em que houve a presença de distribuidores desses móveis.

A passagem de Zanine pela Móveis Artístico Z durou três anos, curta duração que o designer justifica mencionando os desentendimentos com os outros sócios<sup>37</sup>. Uma vez atingido o sucesso comercial dos produtos, os empresários demonstraram-se desinteressados em renovar as linhas e investir na criação de novas peças, rotinizando-se na repetição dos mesmos desenhos. No embate entre produto industrial serializado e produção artesanal autoral, o designer optaria por manter o mito da singularidade associado ao trabalho artístico, em que pese a restrição do acesso do produto a outros segmentos sociais de menor poder aquisitivo, reconduzindo sua carreira para produção de mobiliário sob encomenda. Encerrada sua participação na empresa, nos anos 1960, Zanine seria levado a se dedicar ao desenvolvimento de móveis a partir do talhe artesanal de grandes toras de madeira, aproximando-se da realização de esculturas utilitárias ou seja, móveis como emblema de obra de arte<sup>38</sup>

<sup>37</sup> LEON, Ethel. “Zanine, o mago da madeira”. In. *Memórias do Design Brasileiro*. São Paulo: Editora Senac, 2009.

<sup>38</sup> SANTOS, Maria Cecília Loschiavo. *Tradição e Modernidade no Móvel Brasileiro: visões de utopia na*

### **Embates em um campo em vias de formação**

Tomando como referência as trajetórias de Lina Bo Bardi, Jacob Ruchti e Zanine Caldas, a modernização da arquitetura e do design de interiores na década de 1950 buscou atuar na formação de novos profissionais, investindo na criação de cursos, referendando o gosto de uma clientela restrita ou constituindo uma clientela ampliada. Os discursos e tomadas de posição por eles assumidos expressam os padrões de sensibilidade em matéria de habitação e decoração dos espaços domésticos, seja servindo às demandas de segmentos cultivados ou ampliando as inovações estéticas a grupos menos circunscritos aos círculos sociais dos arquitetos. Quanto ao desenho e a qualidade produtiva dos móveis, as possibilidades de variação no uso de madeiras maciças nobres ou placas compensadas, detalhamento dos encaixes e acabamento da peça, apuro no tratamento dos revestimentos, qualidade dos tecidos e sobriedade ou arrojo nas linhas modernas expressam uma multiplicidade de fórmulas que também se posicionam em relação à variedade de público que teve acesso a esses artefatos. Essas variações estéticas também ganharam expressão nos posicionamentos dos arquitetos e designers.

Se a década de 1950 marcaria um crescimento expressivo na produção de mobiliário moderno, esse crescimento também viria acompanhado de disputas em torno da atuação profissional, em uma área sem regulamentação das atividades de designers e decoradores, adensamento de tensões que se materializam nas publicações especializadas. Publicado em 1951 sob o codinome de “Crônicas Alencastro” na Habitat, o comentário exaltado pode ser visto como uma explicitação, centrada no ponto de vista de um agente atuante na área, dos embates que estavam em jogo:

Em São Paulo, à rua Vieira de Carvalho, 99, abriu uma nova casa de decoração e de objetos de artesanato, Branco e Preto, organizada por um grupo de seis arquitetos: Carlos Millan, Chen Y. S. Hwa, Jacob Maurício Ruchti, Miguel Forte, Plínio Croce e Roberto Claudio Aflalo. Essa notícia merece realmente ser sublinhada. Numa cidade em que a arquitetura de interiores está praticamente monopolizada por simpáticas senhoras, as quais porém não conhecem a arte do desenho e ainda, por fabricantes de móveis, ótimos em sua profissão, mas que não sabem por onde se começa um trabalho de arquitetura, nessa situação, a iniciativa dos seis arquitetos é um elemento para o progresso do gosto (...)

Agora com a participação de seis arquitetos jovens e conhecidos por suas preferências modernas, o melhoramento será sem dúvida notável. Sua tarefa, pois, como aliás a de todos os arquitetos que se dedicam à arquitetura de interiores será

---

*obra de Carrera, Tenreiro, Zanine e Sérgio Rodrigues. Tese de Doutorado, São Paulo, FFLCH USP, 1993.*

dupla: por um lado demonstrar que todos os estilos, digamos tipo “Liberal”, são anacrônicos, e por outro lado, que o falso, mal entendido moderno, copiado de várias fontes, tipo “São José dos Campos”, é uma ofensa ao bom gosto e ao senso comum<sup>39</sup>

O tom irônico do texto permite reconhecer a autoria de Lina Bo Bardi atrás da identidade ocultada, demarcando para si uma posição redentora. Era ela que assinava as “Crônicas de Alencastro” publicadas no final da revista, espaço sobretudo para responder às críticas, a marcar posição. Na citação em questão, de um lado, ela julga que a decoração dos espaços domésticos estaria dominada pela atuação de “madames”, senhoras da alta sociedade que se valem de suas aquisições em matéria de gosto, e para quem Lina imputa ausência de credenciais técnicas para desempenho da atividade. De outro, acusa as empresas que se enveredavam para a produção de móveis de desconhecem o repertório arquitetônico caro à modernização do produto. Buscando alçar-se à posição dominante, ela comemora a abertura da firma de design Branco & Preto, levada a cabo por arquitetos com formação que ela reconhece como moderna.

Junto à celebração da nova empresa, vista como uma exceção ao meio, o rechaço de Lina Bo Bardi aos outros atuantes na área se impõe como uma tentativa de separar os “verdadeiros” dos “falsos” modernos, ou seja, os aptos e os inaptos a desempenhar a atividade. A delimitação entre aqueles que merecem ser reconhecidos daqueles que não o merecem está estabelecida numa distinção de hierarquias acionadas pelas disputas que estavam em jogo naquele momento. Sob o risco de fragilizar a postura dos arquitetos, os decoradores sem formação seriam representados como um perigo à profissão, uma vez que as indicações de “bom gosto” estariam assentadas na submissão ao gosto do cliente, abrindo mão da tarefa didática de inseri-los na modernidade<sup>40</sup>. Os empresários do setor moveleiro, ainda que dispusessem dos equipamentos e maquinários para produção em escala, abdicariam da inovação e da autenticidade. Em posição de ataque, a acusação também solta farpas contra a produção de mobiliário encampada por Zanine, que no momento

---

<sup>39</sup> *Habitat* nº 9, de abril/junho de 1951, p. 89.

<sup>40</sup> José Carlos Durand reconstitui as disputas em torno da concorrência profissional travada entre arquitetos e decoradores na constituição do campo arquitetônico, definição de status em que o segundo é visto e criticado pelos primeiros como uma “categoria subalterna, incumbida de uma atividade considerada compensatória para donas-de-casa ociosas e entediadas”. DURAND, José Carlos. *Arte, privilégio e distinção. Artes Plásticas, Arquitetura e Classe Dirigente no Brasil, 1855/1985*. São Paulo: Perspectiva/EDUSP, 1989. pp.276-290.

atuava na Móveis Z, instalada no interior de São Paulo, na cidade de São José dos Campos. A proximidade dos desenhos dos móveis, ambos em formas curvas recortadas em placas de madeira compensada, levou Lina a acusar a Móveis Z de produzir uma cópia mal feita, sem o apuro do acabamento e refinamentos dos materiais, em que os parafusos das poltronas expostos poderiam rasgar as meias-calças das mulheres<sup>41</sup>.

Ao marcar seu ponto de vista, o campo de batalhas desenhado pela arquiteta sinaliza os enfrentamentos internos e externos ao exercício da profissão, ou seja, entre os próprios arquitetos que se colocavam como modernos e entre aqueles outros profissionais – decoradores e moveleiros – que competiam por uma fatia de mercado. Moderno *versus* tradicional, novo *versus* antigo, artesanato *versus* indústria, arquitetura de interiores *versus* decoração e arte *versus* produção serializada são jogos de oposição que se expressavam nas tomadas de posição dos atuantes na área e nas acusações recíprocas, embates e dilemas que passariam a ser enfrentados por aqueles que pretendiam atuar no campo arquitetônico e do design em formação.

Ainda que a produção dos móveis modernos nos anos 1950 tivesse como horizonte mais amplo a industrialização dos componentes e a universalização do acesso às formas modernas, com vistas a engendrar um novo homem modernizado, observa-se um impasse. Ao fracassar a mecanização ampliada do processo produtivo e a sequente diminuição do preço do produto, grande parte dessa produção realizou-se de forma artesanal, personalizada, qualificando-se com as funções sacralizadoras emprestadas da obra de arte. Vistas como acúmulo de um projeto modernizador ou como impasse ao expor um baixo grau de andamento das condições produtivas do país naquele momento, as tentativas frustradas de modernização podem ser tomadas como reveladoras das peculiaridades da industrialização num país periférico, dando forma a injunções estéticas, políticas e sociais que atravessam o design brasileiro<sup>42</sup>. A criação de um objeto artístico, marcado pela ideia de autoria, além de impor a

---

<sup>41</sup> Em depoimento a Maria Cecília Loschiavo dos Santos, Zanine Caldas sinalizou: “A Lina Bardi também fez móveis em compensado, mas ela criticou o meu móvel porque tinha parafusos, rasgava as meias das mulheres”. SANTOS, Maria Cecília Loschiavo. *Tradição e Modernidade no Móvel Brasileiro: visões de utopia na obra de Carrera, Tenreiro, Zanine e Sérgio Rodrigues*. Tese de Doutorado, São Paulo, FFLCH USP, 1993. p.163.

<sup>42</sup> Faço referências aos ensaios de Roberto Schwarz sobre os impasses da modernização brasileira, que foram trabalhos por mim no mestrado. (ROSATTI, 2010)

necessidade de mão de obra especializada, limitaria a produção a uma pequena tiragem, fatores que, colocados na ponta do lápis, causavam prejuízos aos proprietários. Somado a esse arranjo difícil, as criações eram alvo de cópias e adaptações por outras empresas, jogando no mercado peças parecidas que, com preços menores, competiam pela restrita fração de clientela culturalmente esclarecida e economicamente estabelecida, possivelmente os mais convencidos das razões e mais apegados às paixões de se habitar na modernidade.

### **Apontamentos finais**

O levantamento da clientela do Studio Palma, por meio dos orçamentos que registram a encomenda; e da Branco & Preto, pelos desenhos de projetos de design de interiores e mobiliário, mostra quem foram os destinatários privilegiados desses objetos: camadas intelectualizadas e artísticas em ascensão no panorama cultural paulistano, atuantes em profissões como médico, jornalista, radialista, artista plástico, músico, fotógrafo, e uma burguesia industrial com concentração de capital econômico e cultural. Colaborando para certificar a legitimidade da estética moderna, Cicciolo Matarazzo, Yolanda Penteado, Alfredo Mesquita, Maria Luíza e Oscar Americano são algumas das figuras que não se furtaram a incentivar e consumir o gosto moderno. As instituições culturais em emergência no período – MASP, Teatro Cultura Artística, Cinema Art Palácio entre outras – também deram impulso à tendência moderna. Servindo às necessidades simbólicas e materiais de grupos bem delimitados no ambiente cultural paulistano, a distância entre os clientes nomináveis (Studio Palma e Branco & Preto) e os anônimos (Móveis Artísticos Z) explicita diferenças na produção e consumo desses artefatos, hierarquias que são inerentes à dinâmica de distinções das práticas culturais na formação do gosto moderno.

A proposta de investigar o público destinatário dos móveis produzidos pelas três empresas parte do pressuposto de que a apropriação de bens culturais é reveladora das propriedades sociais dos indivíduos e dos embates estabelecidos no campo da produção e consumo do mobiliário. Nesse sentido, além das disputas entre os produtores, que se fiam às especificidades formais



de cada objeto, a comparação entre três firmas se mostra expressiva da diferenciação dos gostos que acessaram esses mobiliários. No polo mais autônomo e produzindo objetos mais exclusivos, de desenho sóbrio, com madeiras e tecidos nobres estão a Branco & Preto e o Studio Palma. No polo mais comercial e com produção em larga escala voltada à disseminação do mobiliário moderno em diversos estados, está a Móveis Z, com objetos de linhas ousadas produzidos com madeira compensada, estofamento de plástico e acabamento rústico. As distinções entre os dois polos se expressam também na forma de produção: de um lado a encomenda sob medida, com processo artesanal, restrição que é também garantia de qualidade; e de outro, a produção dada pela lógica da linha de montagem, industrializada, padronizada, gerando aumento da quantidade, o que, como consequência, interferiu na qualidade do acabamento dos produtos. Quanto aos consumidores dos móveis, opõe-se de um lado, encomendas que se restringem à rede de sociabilidade dos círculos próximos aos arquitetos, frações sociais cultivadas com gosto estético apurado; de outro, peças que, devido a um barateamento da produção, atingem um público ampliado, numa estratégia de espraiamento que se dá com a divulgação de anúncios em revistas e jornais de grande circulação. A ampliação desses móveis modernos para além das camadas sociais a que estavam restritos também contribuiu para disseminar o estilo moderno, ainda que, na maioria das vezes, a escolha pelo racionalismo das formas seja justificativa estética aparente para economia dos materiais tendo em vista maiores lucros no processo produtivo.

Quando se traz a relação de consumo, ausente na historiografia, o perfil da primeira clientela que teve acesso a esse mobiliário explicita que o gosto moderno esteve submetido às competências adquiridas em círculos sociais cultivados, também índice de nossa condição histórico-social formalizada na produção e demanda desses móveis. É nesse sentido que o ponto de vista da clientela aqui empreendido contribui também para revelar nossas especificidades: a realização do mobiliário sob forma de encomenda mostraria os limites da universalização dos modos de morar modernos e do homem moderno a ele associado.

Sob medida, as encomendas serviram às frações de classe alta em afinidades com os campos das artes que, em busca de figurar na dianteira dos

empreendimentos de vanguarda e se diferenciaram do gosto comum, investiram em um projeto estético modelador da vida cotidiana, ambientando os espaços domésticos com as novidades em matéria de decoração. A produção da arte, arquitetura e design modernos passou a ser fomentada por comitentes em proximidade com o produtor, fruto da frequência de espaços comuns. A cumplicidade entre clientela e arquitetos foi assegurada na participação dos mesmos círculos sociais, momento de afinamento de suas visões de mundo e valores estéticos. Essa seria uma condição para formação de percepções e apreciações estéticas em convergência, a ponto dos atrevimentos formais projetados pelos arquitetos não lhes causarem estranhamentos.

Ainda nos anos 1950, o malogro dessas iniciativas pode ser entendido pela dificuldade de racionalizar o processo produtivo e manter a qualidade da produção, êxito que dependeria de alianças com setores industriais – com capacidade empreendedora e sensibilidade artística - dispostos a se engajarem na causa. Enquanto atendia às necessidades circunscritas à esfera privada, por meio da decoração dos espaços domésticos, a realização do processo de modo artesanal colocaria em cena a figura do encomendante, cliente disposto a adquirir o mobiliário personalizado às suas condições de moradia, necessidades de consumo e conveniências distintas. Seria necessário o espraiamento do consumo desses objetos para amplas camadas da sociedade, a ponto de formar um mercado de alta demanda ou ser encampado por um mecenato estatal, pronto para impor as feições da modernidade mobiliando os espaços governamentais, expectativas que seriam alentadas nos anos 1960, com o salto modernizador prometido pela inauguração de Brasília.

## **Bibliografia**

- ACAYABA, Marlene Milan. *Branco & Preto: uma história de design brasileiro nos anos 1950*. São Paulo: Instituto Lina Bo e P.M. Bardi, 1994.
- ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. *Metrópole e Cultura: São Paulo no meio do século*. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- BAXANDALL, Michel. *Olhar renascente: pintura e experiência social na Itália da Renascença*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1991.
- BIGAZZI, Anna Rosa Campagno. "In defesa della razza" Os judeus italianos refugiados do fascismo e o anti-semitismo do governo Vargas 1938-1954. São Paulo, FFLCH-USP, 2007. Tese de Doutorado.
- BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo,

- Cia. das Letras, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Cia. das Letras, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. *A Distinção*. São Paulo: EDUSP: ZOUK, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. *As estruturas sociais da economia*. Porto: Campo das Letras, 2006.
- CASTELNUOVO, Enrico. *Retrato e Sociedade na Arte Italiana: ensaios de História Social da Arte*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.
- DURAND, José Carlos. *A profissão de arquiteto: estudo sociológico*. Rio de Janeiro: CREA, 1972.
- DURAND, José Carlos. *Arte, privilégio e distinção. Artes Plásticas, Arquitetura e Classe Dirigente no Brasil, 1855/1985*. São Paulo: Perspectiva/EDUSP, 1989.
- F ORTE, Miguel. *Diário de um jovem arquiteto: minha viagem aos Estados Unidos em 1947*. São Paulo: Editora Mackenzie, 2001
- HASKELL, Francis. *Mecenas e Pintores: arte e sociedade na Itália Barroca*. São Paulo: Edusp, 2007.
- LEON, Ethel. *IAC. Instituto de Arte Contemporânea: Escola de Desenho Industrial do MASP (1951-1953): Primeiros estudos*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: FAU USP, 2006.
- MICELI, Sergio. *Nacional Estrangeiro: história social e cultural do modernismo artístico em São Paulo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.
- MICELI, Sérgio. *Imagens negociadas: retratos da elite brasileira*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- MONTEIRO, Ana Carla de Castro Alves. *Os hotéis da metrópole. O contexto histórico e urbano da cidade de São Paulo através da produção arquitetônica hoteleira (1940-1960)*. São Paulo: FAUUSP, 2006. Dissertação de Mestrado.
- PANOFSKY, Erwin. *O significado nas artes visuais*. São Paulo, Perspectiva, 2012.
- PULICI, Carolina Martins. *O charme (in)discreto do gosto burguês paulista: estudo sociológico da distinção social*. Tese de Doutorado, São Paulo: FFLCH, 2010.
- ROSATTI, Camila Gui. *Roberto Schwarz: Arquitetura e Crítica*. Dissertação de Mestrado, São Paulo: FAU USP, 2010.
- RUCHTI, Valéria. *Jacob Ruchti e a modernidade paulista (1940-1970)*. São Paulo: Dissertação de Mestrado, FAU-USP, 2011.
- SANTOS, Maria Cecília Loschiavo. *O móvel moderno no Brasil*. Dissertação de Mestrado, São Paulo: FFLCH USP, 1985.
- SANTOS, Maria Cecília Loschiavo. *Tradição e Modernidade no Móvel Brasileiro: visões de utopia na obra de Carrera, Tenreiro, Zanine e Sérgio Rodrigues*. Tese de Doutorado, São Paulo, FFLCH USP, 1993.
- SANTOS, Maria Cecília Loschiavo. *O móvel moderno no Brasil*. São Paulo: Studio Nobel: FAPESP: EDUSP, 1995.
- SCHWARZ, Roberto. *Um mestre na periferia do capitalismo: Machado de Assis*. São Paulo: Duas Cidades; Ed.34, 2000.
- SOUZA, Francisco Cornejo. *As formas da forma: o design brasileiro entre o modernismo e a modernização*. Tese de Doutorado, São Paulo, FFLCH USP, 2011.
- VIANNA, Deocélia. *Companheiros de Viagem*. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- VILLAÇA, Flávio. *Espaço intra-urbano no Brasil*. São Paulo: Studio Nobel, FAPESP, 2001