UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO

MÁRCIA MARIA LOPES DE MELLO

**Modernidade, colagem e tropicalidade:
os hotéis de Morris Lapidus em Miami nos anos 1950**

São Paulo
2018

MÁRCIA MARIA LOPES DE MELLO

**Modernidade, colagem e tropicalidade:
os hotéis de Morris Lapidus em Miami nos anos 1950**

Versão Original

Tese apresentada à
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da
Universidade de São Paulo
para a obtenção do título de
Doutor em Arquitetura e Urbanismo

Área de Concentração:
História e Fundamentos da
Arquitetura e do Urbanismo

Orientador: Prof. Dr.
Paulo Júlio Valentino Bruna

São Paulo
2018

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço Técnico de Biblioteca
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo

Mello, Marcia Maria Lopes de
Modernidade, colagem e tropicalidade: os hotéis
de Morris Lapidus em Miami nos anos 1950 / Marcia
Maria Lopes de Mello; orientador Prof. Dr. Paulo
Julio Valentino Bruna. - São Paulo, 2018.
326p.

Tese (Doutorado) - Faculdade de Arquitetura e
Urbanismo da Universidade de São Paulo. Área de
concentração: História e Fundamentos da Arquitetura e
do Urbanismo

1. Arquitetura Moderna. 2. Arquitetura Tropical.
3. Arquitetura de Interiores. 4. Balneários. 5.
Colagem. 6. Cultura de Massa. 7. Hotelaria. I.
Bruna, Prof. Dr. Paulo Julio Valentino, orient. II.
Título.

MELLO, Márcia Maria Lopes de

Modernidade, colagem e tropicalidade:
os hotéis de Morris Lapidus em Miami nos anos 1950

Tese apresentada à
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo
da Universidade de São Paulo
para obtenção do título de
Doutor em Arquitetura e Urbanismo.

Aprovado em:

Banca Examinadora

Prof. Dr.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr.: _____ Instituição: _____

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Para Luisa e Tomas

AGRADECIMENTOS

a Paulo Bruna e Bia Bueno,
pela contribuição de verdadeiros educadores

"We shape
our buildings,
and afterwards
our buildings
shape us¹"
— Winston Churchill

¹ (UK PARLIAMENT, 2017)

RESUMO

MELLO, Márcia Maria Lopes de. **Modernidade, colagem e tropicalidade: os hotéis de Morris Lapidus em Miami nos anos 1950**. 2018. 326 p. Tese (Doutorado em História e Fundamentos da Arquitetura e do Urbanismo)—Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

Genericamente, esta tese busca identificar a relação entre arquitetura e cultura de consumo, como definidora da identidade da arquitetura moderna de Miami no segundo pós-guerra. O conceito de cidade-balneário de Miami Beach foi transformado durante o decorrer da sua história. Os seus hotéis de inverno de meados da década de 1910 até 1945—destinados aos milionários associados à indústria automobilística—dão lugar a uma nova tipologia de hotel no pós-guerra, o hotel-balneário para a classe média norte-americana. Especificamente, este trabalho analisa os hotéis-balneários de Morris Lapidus (1902-2001) em Miami Beach na década de 1950, que definem a identidade da arquitetura moderna da cidade e que, por sua vez, caracterizam a sua própria imagem como cidade-balneário. A obra do setor da hospitalidade de Lapidus surge como informante de uma arquitetura com atenção máxima à escala humana do usuário. Suas lojas, construídas na época da Depressão, e seus hotéis do segundo pós-guerra, meticulosamente projetados para a classe média, surgem como veículos que contribuíram para a formação da cultura nacionalista, otimista e progressista, incentivada pelo governo federal de Franklin Roosevelt nesses períodos históricos. A histórica polêmica gerada sobre essa obra hoteleira de Lapidus, associada aos paradoxos presentes na composição arquitetônica de seus edifícios, está dividida entre a dogmática interpretação moderna do *International Style* e a leitura pós-moderna centrada na recuperação humanista. A narrativa da tese está fundamentada nessa polêmica cujo cerne está na questão sobre gosto e qualidade em arquitetura instigada por essa obra controversa. Este trabalho interpreta os paradoxos desses hotéis-balneários como uma metodologia de projeto de Lapidus, centrada na dialética de elementos de projeto contrastantes. Dessa dialética compositiva, nasce uma arquitetura híbrida, acessível à emergente classe-média, consumista e móvel, do pós-guerra. Esse hibridismo é estrategicamente elaborado como metodologia de projeto—uma colagem. A arquitetura como colagem nasce das escolhas de elementos extraídos de fontes diversas, que são apropriados e recriados pelo arquiteto. A diversidade de fontes de projeto advém da circulação de ideias—exposições, publicações e viagens. O apogeu da carreira de Lapidus é o hotel *Fontainebleau* (1954), o primeiro edifício do arquiteto de interiores que foi validado pelo seu conjunto de lojas da *Main Street* norte-americana. Os interiores derivam do método de projeto desenvolvido para as suas lojas, enquanto que a arquitetura do *Fontainebleau* descende da obra formativa de Oscar Niemeyer. A arquitetura moderna tropical do edifício contribuiu para a tipologia de hotel-balneário de Miami Beach no segundo pós-guerra que, por sua vez, redefiniu o seu conceito de cidade-balneário. Após meio século, a arquitetura moderna hoteleira de Miami, originada com o *Fontainebleau*, está “preservada” sob a denominação *Miami Modern-MiMo*. No terceiro milênio, o *MiMo*, transformado em “marca” de consumo, é o veículo imobiliário da preservação da arquitetura moderna de Miami.

Palavras-chave: Arquitetura moderna. Arquitetura tropical. Arquitetura de Interiores. Morris Lapidus. Hibridismo. Colagem (Artes Plásticas). Sociedade de consumo. Cultura de massa (Indústria cultural). Classe média. Hospitalidade. Hotelaria. Balneários. Edifícios para recreação. Hotel *Fontainebleau*.

ABSTRACT

MELLO, Márcia Maria Lopes de. **Modernity, collage and tropicality: Morris Lapidus' Miami hotels in the 1950s.** 2018. 326 p. Tese (Doutorado)—Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

Generally, this dissertation aims at identifying the relationship between architecture and consumer culture, which defines the identity of Miami's modern architecture in the second post-war. The concept of Miami Beach as a seaside resort has been transformed throughout its history. Its winter hotels from the mid-1910s to 1945—intended for the auto industry millionaires—are replaced by a new typology of post-war hotel, the hotel-resort for the American middle class. Specifically, this work examines Morris Lapidus (1902-2001)' hotel-resorts in Miami Beach in the 1950s, which define the identity of the city's modern architecture and which, in turn, characterizes the image of the city as a seaside resort. Lapidus' hospitality industry work emerges as an informant of an architecture with maximum attention on the user's human scale. Its stores, built in the Depression era, and its post-war hotels for the middle class, both meticulously designed, have emerged as vehicles that contributed to the formation of the optimistic and progressive nationalist culture encouraged by the Franklin Roosevelt federal government in these historic periods. The historical polemic generated on such Lapidus' hotel work, associated with the paradoxes present in the architectural design composition of its buildings, is divided between the dogmatic modern interpretation of the International Style and the postmodern review, centered on the rediscovery of humanism. The narrative of the thesis is based on this controversy, whose core is the question about taste and quality in architecture instigated by this controversial work. This work interprets the paradoxes of these hotel-resorts as a Lapidus' design methodology, centered on the dialectic of contrasting design elements. From this compositional dialectic, a hybrid architecture is formed, accessible to the emerging middle-class, consumerist and mobile, of the second postwar. This hybridism is strategically planned as a design methodology—a collage. Architecture as collage is assembled from the choices of elements drawn from diverse sources, which are appropriated and recreated by the architect. The diversity of project sources comes from the circularity of ideas—exhibitions, publications, and travel. The heyday of Lapidus' career as an architect is the Fontainebleau Hotel (1954), the first building by the then interior designer, who was validated by its collection of American Main Street stores designed during the Depression. The Fontainebleau Hotel interiors are derived from the design method developed for his stores, while its architecture descends from the formative work of the Brazilian architect Oscar Niemeyer. The tropical modern architecture of the Fontainebleau established the typology of the post-war Miami Beach hotel-resort, which in turn redefined its seaside resort concept. After half a century, Miami's modern hotel architecture, originated with the Fontainebleau Hotel, is "preserved" under the slogan Miami Modern-MiMo. In the third millennium, the MiMo, transformed into a consumer brand, is the real estate vehicle for the preservation of the modern architecture in Miami.

Keywords: Modern architecture. Tropical architecture. Interior Design. Morris Lapidus. Hybridism. Collage (Fine Arts). Consumer society. Mass culture (Cultural industry). Middle class. Hospitality. Hotel-Resort. Buildings for recreation. Hotel Fontainebleau.

LISTA DE DESENHOS²

CAPÍTULO 5 — COLAGEM EM ARQUITETURA: ESCOLHAS E APROPRIAÇÕES

- [p.284] Desenho 1 — Hotel *Fontainebleau*, saguão do piso térreo
diagrama de estudo da grelha estrutural
- [p.284] Desenho 2 — Hotel *Fontainebleau*, saguão do piso inferior
diagrama de estudo da grelha estrutural
- [p.286] Desenho 3 — Hotel *Fontainebleau*, saguão do piso térreo
diagrama de estudo do processo de adição de curvas
- [p.286] Desenho 4 — Hotel *Fontainebleau*, saguão do piso inferior
diagrama de estudo do processo de adição de curvas
- [p.288] Desenho 5 — Hotel *Fontainebleau*, saguão do piso térreo
diagrama de estudo do processo de colagem: formas retangulares contras-
tam com as formas curvas curvilíneas e a malha estrutural.
- [p.288] Desenho 6 — Hotel *Fontainebleau*, saguão do piso inferior
diagrama de estudo do processo de colagem: formas retangulares contras-
tam com as formas curvas curvilíneas e a malha estrutural.
- [p.290] Desenho 7 — Hotel *Fontainebleau*, saguão do piso térreo
diagrama de estudo do processo de colagem: formas retangulares contras-
tam com as formas curvas curvilíneas e a malha estrutural, superposta à
planta original.
- [p.290] Desenho 8 — Hotel *Fontainebleau*, saguão do piso inferior
diagrama de estudo do processo de colagem: formas retangulares contras-
tam com as formas curvas curvilíneas e a malha estrutural, superposta à
planta original.

² Créditos dos desenhos de análise das plantas dos hotéis de Morris Lapidus em Miami Beach —
Hotel *Fontainebleau* e Hotel *Eden Roc*:

Estudo e análise compositiva das plantas por meio de diagramas: autora.

Desenhos dos diagramas: Damaris Serrano.

Plantas originais: escritório de arquitetura de Morris Lapidus. Fonte: “Morris Lapidus Papers”, Special
Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY.

- [p.292] Desenho 9 — Hotel *Fontainebleau*, saguão do piso térreo
planta
- [p.292] Desenho 10 — Hotel *Fontainebleau*, saguão do piso inferior
planta
- [p.294] Desenho 11 — Hotel *Eden Roc*, saguão do piso térreo
diagrama de estudo da grelha estrutural
- [p.294] Desenho 12 — Hotel *Eden Roc*, saguão do piso inferior
diagrama de estudo da grelha estrutural
- [p.296] Desenho 13 — Hotel *Eden Roc* saguão do piso térreo
diagrama de estudo do processo de adição de curvas
- [p.296] Desenho 14 — Hotel *Eden Roc*, saguão do piso inferior
diagrama de estudo do processo de adição de curvas
- [p.298] Desenho 15 — Hotel *Eden Roc*, saguão do piso térreo
diagrama de estudo do processo de colagem: formas retangulares contrastam com as formas curvas curvilíneas e a malha estrutural.
- [p.298] Desenho 16 — Hotel *Eden Roc*, saguão do piso inferior
diagrama de estudo do processo de colagem: formas retangulares contrastam com as formas curvas curvilíneas e a malha estrutural.
- [p.300] Desenho 17 — Hotel *Eden Roc*, saguão do piso térreo
diagrama de estudo do processo de colagem: formas retangulares contrastam com as formas curvas curvilíneas e a malha estrutural, superposta à planta original.
- [p.300] Desenho 18 — Hotel *Eden Roc*, saguão do piso inferior
diagrama de estudo do processo de colagem: formas retangulares contrastam com as formas curvas curvilíneas e a malha estrutural, superposta à planta original.
- [p.302] Desenho 19 — Hotel *Eden Roc*, saguão do piso térreo
planta
- [p.302] Desenho 20 — Hotel *Eden Roc*, saguão do piso inferior
planta

LISTA DE SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
AIA	American Institute of Architects
AT&T	American Telephone & Telegraph
CASE	Committee of Architects for the Study of the Environment
FHA	Federal Housing Administration
MDPL	Miami Design Preservation League
MiMo	Miami Modern
MIT	Massachusetts Institute of Technology
MoMA	The Museum of Modern Art
NYU	New York University
PBS	Public Broadcasting Service
The Met	The Metropolitan Museum of New York
USAAC	United States Army Air Corps
USGS	U.S. Geological Survey

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	24
2	CRÍTICA E HISTORIOGRAFIA:	
	A DIALÉTICA NA ARQUITETURA DE MORRIS LAPIDUS.....	36
2.1	A CRÍTICA FORMALISTA.....	37
2.1.1	<i>International Style</i> : uma releitura.....	37
2.1.2	Formalismo e o caráter intrínseco da arquitetura.....	46
2.1.3	Iconografia X Iconologia na crítica da arquitetura.....	48
2.1.4	Bom gosto em arquitetura: <i>Modern Architecture</i>	53
2.2	A CRÍTICA HUMANISTA.....	54
2.2.1	Pluralismo em arquitetura.....	54
2.2.2	A atenção à escala humana do usuário:	
	a arquitetura formativa de Morris Lapidus.....	57
2.3	PARADIGMAS EM CONFLITO.....	63
2.3.1	Dialética entre as críticas moderna e pós-moderna:	
	a imagem da arquitetura de Morris Lapidus	
	em Nova York e Miami Beach.....	63
2.3.1.1	Em Nova York:	
	a imagem <i>Seagram</i> , de Lapidus (1936) a Mies (1958).....	63
2.3.1.2	De Nova York a Miami Beach:	
	a imagem hotel-balneário de Lapidus, 1949-1956.....	66
2.3.1.3	De Miami Beach a Nova York:	
	a imagem <i>Summit</i> , 1961.....	77
2.3.1.4	Miami Beach em Nova York:	
	a imagem <i>The Americana of New York</i> , 1962.....	86
2.3.1.5	Em Miami: exposição “ <i>Forty Years of Art and Architecture</i> ” —	
	<i>Joe e Emily Lowe Art Gallery, University of Miami, Coral Gables, 1967</i>	94
2.3.1.6	Em Nova York: exposição “ <i>Morris Lapidus: An Architecture of Joy</i> ”	

	um debate sobre “qualidade em arquitetura”, 1970.....	98
2.3.1.7	Transição entre dogmatismo crítico e autocrítica.....	105
3	A ARQUITETURA DA HOSPITALIDADE DE MORRIS LAPIDUS: ACADEMICISMO E MODERNISMO.....	108
3.1	A OBRA DE MORRIS LAPIDUS: AS LOJAS (1928-1944).....	109
3.1.1	Contexto histórico da arquitetura moderna: a integridade das artes e o repúdio ao ornamento	109
3.1.2	Academicismo e modernização: a arquitetura de superfície proto-moderna da loja.....	112
3.1.3	<i>Design e Business</i>	120
3.1.4	As lojas da <i>Main Street</i> das cidades norte-americanas: cultura de consumo e arquitetura.....	127
3.1.5	Arquitetura modernizante.....	134
3.2	A OBRA DE MORRIS LAPIDUS: DAS LOJAS AOS HOTÉIS (1945-1953).....	145
3.2.1	Arquiteto independente: da loja ao hotel.....	146
3.2.2	A inspiração do Surrealismo Abstrato na obra de Morris Lapidus.....	151
4	A EVOLUÇÃO URBANA DE MIAMI BEACH: A TRANSFORMAÇÃO DA CIDADE-BALNEÁRIO NO SEGUNDO PÓS-GUERRA.....	160
4.1	DE MANGUEZAL A MECA TURÍSTICA: A URBANIZAÇÃO DE MIAMI BEACH.....	161
4.1.1	Miami Beach: a natureza antropizada.....	162
4.1.2	Miami Beach: urbanização do balneário de inverno.....	170
4.1.2.1	Da agricultura à urbanização.....	170
4.1.2.2	As primeiras construções turísticas.....	173
4.1.2.3	Unindo a costa leste norte-americana.....	177
4.1.2.4	Planejando a cidade de Miami Beach.....	181

4.1.2.5	<i>"Millionaires' Row"</i>	183
4.2	<i>"AMERICA'S WINTER PLAYGROUND"</i> : OS HOTÉIS DE MIAMI BEACH	188
4.2.1	Hotéis de Miami Beach: evolução histórica	188
4.3	O PÓS-GUERRA NO SUL DA FLÓRIDA: MODERNIDADE PROGRESSISTA.....	194
4.3.1	<i>"American Dream"</i>: o pós-guerra na América	195
4.3.1.1	<i>"Boom"</i> econômico e populacional: classe média e suburbanização.....	195
4.3.1.2	<i>"New Look"</i> : consumismo e vida doméstica	198
4.3.1.3	<i>"The Good Life"</i> : relocação e turismo	199
5.	COLAGEM EM ARQUITETURA: ESCOLHAS E APROPRIAÇÕES	204
5.1	ARQUITETURA COMO <i>MERCHANDISING</i> : IDENTIDADE E TIPOLOGIA.....	205
5.1.1	A "elegância do mundo velho" com o "charme da luxúria da Flórida."	207
5.1.2	A fachada do hotel: <i>billboard</i>	215
5.1.3	Arquitetura: modernidade tropical.....	220
5.1.4	Interiores: <i>Hollywood</i>	230
5.1.5	Jardins tropicais e áreas recreativas do hotel: <i>country club</i>	258
5.2	ARQUITETURA COMO COLAGEM: ESCOLHAS E APROPRIAÇÕES.....	265
5.3	ARQUITETURA COM VESTUÁRIA ORNAMENTAL: AS PLANTAS DOS SAGUÕES DOS HOTÉIS-BALNEÁRIOS DE MIAMI BEACH NOS ANOS 1950.....	272
5.3.1	Hotel <i>Fontainebleau</i> , 1954.....	284
5.3.2	Hotel <i>Eden Roc</i> , 1955.....	294
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	304
	REFERÊNCIAS	312

What shape "Americana"? "Croquis de Morris Lapidus para o hotel Americana-New York.

Fonte: "Morris Lapidus Papers", Special Collection Research Center,
Syracuse University Libraries, Syracuse, NY.

1

INTRODUÇÃO

"[...] tudo de uma forma moderna distorcida. Eu gosto do moderno. Eu gosto de distorção. É como se você estivesse criando uma imagem e, no entanto, você não está"

— Morris Lapidus³

(DÜTTMANN; SCHNEIDER, 1992, p. 21, tradução nossa).

³Morris Lapidus em referência ao seu projeto para o hotel *Americana-Bal Harbour*, Florida, em trecho da sua entrevista de 27 de setembro de 1991, em Miami Beach, a Martina Düttmann e Friederike Schneider, editores do livro *Morris Lapidus: Architect of the American Dream* (1992).

Historicamente, Miami ainda é vista como a cidade-balneário tropical dos Estados Unidos. A arquitetura de Miami está comumente associada ao estilo mediterrâneo e ao *Art Deco*. Na historiografia da arquitetura moderna da Flórida prevalecem nomes associados ao *International Style* como, por exemplo, Paul Rudolph e Ralph Twitchell em Sarasota, na costa oeste da Flórida. Comparativamente, a arquitetura moderna da região do Sul da Flórida, em que Miami se localiza, é negligenciada pela historiografia.

A tese começou com uma proposta ambiciosa de estudar todo o conjunto de obras, residencial e comercial, da arquitetura genericamente denominada *Miami Modern-MiMo*⁴, no sentido de buscar uma unidade linguística dentro da pluralidade desse inventário. Pesquisando essa arquitetura, constatamos que a essência do que buscávamos como a identidade da arquitetura moderna de Miami no segundo pós-guerra se encontra na obra hoteleira do arquiteto Morris Lapidus (1902-2001). Identidade aqui é trazida como imagem. Para este trabalho, o termo “imagem” é definido como a ambiguidade que envolve tanto o conceito de imagem adquirida como o de imagem gerada pelo ser humano⁵.

O interesse pela arquitetura moderna de Miami no segundo pós-guerra e, especialmente, pela obra de Lapidus nasceu do olhar da autora, arquiteta brasileira com formação modernista, que reside em Miami há vinte e três anos. Do contexto da cidade surge o interesse pela arquitetura moderna de Morris Lapidus. De acordo com as declarações do arquiteto—caminho seguido por ele para se “defender” da crítica—, o que importa não é se uma arquitetura é boa ou não (independente do parâmetro de julgamento), mas o fato de que ela certamente não possa ser ignorada. Para este trabalho, o que é relevante, portanto, não é a contribuição pela interpretação unilateral da qualidade es-

⁴ *MiMo*, abreviação de *Miami Modern*, termo cunhado em 1998 pelo urbanista Randall C. Robinson Jr., um dos autores do livro *MiMo: Miami Modern Revealed* juntamente com a arquiteta de interiores Teri D'Amico, refere-se à arquitetura que se desenvolveu no Sul da Flórida de 1945 até o fim da década de 1960 (NASH; ROBINSON Jr., 2004, p. 9).

⁵ Em senso comum, o termo “imagem” se difundiu a partir da sua histórica controvérsia desde a Antiguidade. Atualmente o termo “imagem” está entre tal ambiguidade que envolve tanto o conceito de imagem adquirida (realismo de Aristóteles) como a gerada pelo ser humano (idealismo de Platão); e assim, utilizada em muitos domínios, em qualquer forma visual de expressão da ideia (MONOGRAFIAS, 2017).

tética de uma obra. A obra de Lapidus, certamente, é difícil de não ser notada. A sua arquitetura nos convida a explorá-la. Este trabalho busca “entrar” na obra de Lapidus, sem ideias preconcebidas ou dogmas preestabelecidos, única maneira de extrair da própria obra a sua contribuição à disciplina da arquitetura.

A historiografia da arquitetura se fundamenta, muitas vezes, em um hermetismo recorrente, essencialmente associado ao que se interpreta como qualidade em arquitetura. Morris Lapidus é um dos arquitetos cuja obra foi continuamente examinada sob o viés de valores associados ao gosto e à qualidade em arquitetura, predominantemente sob o dogma moderno formalista estabelecido pelos princípios estéticos do *International Style* e que, posteriormente, foi debatida sob a perspectiva pós-moderna humanista. Este trabalho posiciona a arquitetura de Lapidus em relação à essa polêmica historiográfica pelo estudo da sua obra hoteleira da década de 1950, originada em Miami Beach. Portanto, a narrativa da tese se constrói e se desenvolve a partir desse debate.

De certa maneira, este trabalho é uma metáfora da arquitetura controversa⁶ de Morris Lapidus. Da forma que a sua obra não se inseriu nos considerados padrões arquitetônicos de sua época, este trabalho escolhe o percurso contrário a uma tese de doutorado—que, habitualmente, busca o caminho seguro de reforçar qualidades em obras julgadas legitimamente “boas”—e busca identificar qualidade em uma arquitetura rejeitada pelos seus intérpretes modernistas. Arriscar a decifrar valores positivos em uma obra de arquitetura já antecipadamente condenada pela historiografia moderna é um dos desafios da tese e uma das suas contribuições. A tese discute a crítica contemporânea à essa obra e aponta a sua autenticidade arquitetônica que serviu de veículo de formação da modernidade do seu público do segundo pós-guerra em Miami Beach.

Este trabalho, portanto, se distancia do tema de dissertação de mestrado da autora, centrada na obra do arquiteto norte-americano Peter Eisenman, apresentada na *University of Miami School of Architecture* em 1997, que estudou a contribuição da tecnologia digital dos *softwares* para a arquitetura. Especificamente, “*Towards a Virtual Architecture: Computers in Peter Eisenman’s Design Process*” analisa o processo intelectualizado de de-

⁶ O adjetivo “controverso” antecipa o julgamento de uma obra questionável, problemática ou polêmica; e implica um julgamento de adequação à uma norma preestabelecida.

envolvimento da forma arquitetônica, uma contribuição de um arquiteto-teórico ao pensamento teórico da arquitetura.

Vivendo em Miami, o tempo—duas décadas!—levou o olhar da autora às obras efêmeras do setor da hospitalidade, menos pesquisadas, talvez por serem julgadas menos importantes à historiografia da arquitetura. Este estudo sobre essa arquitetura está centrado no usuário dessa arquitetura e não no valor intrínseco da forma arquitetônica. O foco passou do estudo da arquitetura em si e alheia ao usuário à arquitetura como veículo de comunicação com o público. Este trabalho estrutura-se na característica fundamental de Morris Lapidus como arquiteto: a de ser um *“environmentalist par excellence”*, expressão elogiosa atribuída pelo historiador de arte e arquitetura norte-americano Vincent Scully⁷ (1973, p. 8) no início da década de 1970.

Como nenhum outro arquiteto, Lapidus, sob a sua capacidade genuína, influenciou pessoas—a grande massa da classe-média—, na formação e no desenvolvimento cultural de grupos sociais. A tese analisa recursos estratégicos utilizados pelo arquiteto em suas composições de projeto—importados de disciplinas diversas, além da arquitetura, como o teatro, o cinema, a moda, a propaganda e o desenho gráfico—para, intencionalmente, atrair as pessoas às suas obras do setor da hospitalidade e, estrategicamente, conduzi-las a “consumir”, não somente bens de consumo e lazer, mas os seus próprios espaços simbólicos das lojas e dos hotéis. Esses espaços projetados por Lapidus partem da sua aproximação com a escala humana do usuário, cuidadosamente considerada do exterior ao interior do edifício. Daí muitas vezes a falta de sintonia entre o exterior e o interior em sua arquitetura. Para um arquiteto moderno a consistência da linguagem da arquitetura é o que atribui a sua qualidade. O paisagismo, a arquitetura e os interiores reforçam a linguagem consistente da obra arquitetônica e sua legitimidade. Para Lapidus, não necessariamente. O projeto de sua obra está na dialética dessas disciplinas que definem a integridade da arquitetura. Aqui está o ponto de partida da tese ao interpretar a arquitetura de Lapidus. Vista historicamente como um paradoxo compositivo, na

⁷ Vincent Scully (1920-2017) explorou criticamente a força humanizadora da arquitetura. Ele foi o pai espiritual do *New Urbanism*, movimento que começou a se solidificar nos anos 1970, que promove a arquitetura em escala humana como reação à expansão urbana e suburbanização iniciada no segundo pós-guerra, que foi responsável pela segregação da zona residencial do desenvolvimento comercial e industrial das cidades.

realidade ela nasceu dessa dialética intencional entre elementos arquitetônicos tidos como contraditórios. Essa é a sua retórica.

Lapidus buscava atender a um fator fortemente questionado pelos seus críticos, que pode ser entendido quase como um requisito de programa de projeto no seu trabalho: o comprometimento extremo com o cliente e os usuários. Assim nascia uma obra de Lapidus: pela satisfação total do cliente e do usuário, pela singularidade do uso do edifício e de cada um dos seus espaços, pela especificidade do lugar, pelo bem de consumo a ser vendido, pelos recursos arquitetônicos por ele definidos como um “método”, um sistema de sedução que unia tudo isso. Era a própria obra arquitetônica uma mercadoria. Lapidus materializou na forma e nos espaços arquitetônicos os desejos intangíveis do cliente e do usuário. Aqui se manifestava a sua paixão pelo teatro e a sua habilidade de cenógrafo. Seus projetos de hotéis do pós-guerra, no Sul da Flórida, buscavam apagar qualquer rastro que pudesse se referir ao cotidiano do seu público, aproximando-os dos filmes norte-americanos—o cinema como referência de otimismo e *good life* do segundo pós-guerra. Os espaços dos seus hotéis partiram da negação do moto “*A home away from home*”. A sua obra de arquitetura, do exterior ao interior, transpunha o turista a um cenário “*away from home*”.

Rendendo-se aos apelos do cliente e do público, e com a responsabilidade de criar obras que estimulassem o consumo, o arquiteto formou o gosto do homem comum em plena Depressão com seus projetos para as lojas da *Main Street*⁸ norte-americana. No segundo pós-guerra, a sua experiência com lojas foi implementada e expandida nos seus hotéis-balneários de Miami Beach, criados para estimular na classe média a necessidade de consumir lazer, recreação e entretenimento. A obra de Lapidus nasce, portanto, como informante do otimismo populista do governo federal norte-americano, largamente explorado como uma busca nacionalista pelo progresso—o *Modernization Credit Plan*,

⁸ O termo *Main Street*, para definir a rua principal de uma cidade, surgiu nos Estados Unidos na segunda metade do século XIX, associado aos valores da pequena cidade e a vida social. A partir da década de 1930, a *Main Street* refere-se aos interesses das pessoas comuns e dos proprietários de pequenas lojas, e é comumente usado em referência ao varejo e à socialização.

Atualmente, o termo “*Main Street*” refere-se exclusivamente à pequena cidade norte-americana, nos anos 1930 o termo incluía também os negócios e distritos comerciais das cidades grandes (ESPERDY, 2008, p. 6).

parte do *New Deal* (1934-1943) e o *Servicemen's Readjustment Act*, comumente conhecido como *G.I. Bill of Rights* (1944-1962)⁹, ambos incentivos econômicos de Franklin D. Roosevelt, presidente norte-americano entre 1933-1945. Esses programas do governo tiveram profundos e visíveis efeitos no papel da arquitetura na sociedade norte-americana, quando a própria arquitetura passa a ser um objeto de consumo. Morris Lapidus estava presente nesses dois momentos históricos progressistas da nação e soube, com a sua astuta observação do usuário e talentosa habilidade gráfica, responder com uma arquitetura imaginativa à essa demanda. No entanto, pela tradução de otimismo, a sua arquitetura, quando elogiada, foi historicamente adjetivada superficialmente como: “*Joy*”, “*Intentional Nonsense*”, “*Architecture of the American Dream*”, “*Architecture of Happiness*”, “*Fantasy*”, “*Delight*”, entre outras classificações similares. Até mesmo o próprio arquiteto, em busca de aceitação e reconhecimento, assumiu tais rótulos—os únicos positivos à sua obra—, reafirmando-os em suas autobiografias. “*An Architecture of Joy*” (1979) emprestando do título de uma polêmica exposição solo do arquiteto, que abriu o debate sobre “qualidade em arquitetura”, na *Architectural League of New York*, em 1970. “*Too Much is Never Enough: An Autobiography*” (1996)—uma declarada negação ao “*Less is More*” de Mies van der Rohe, símbolo do *International Style*—reforça o estereótipo conferido à sua obra: primeiramente, pejorativamente “*kitsch*” pelos modernos e, posteriormente, positivamente aceita como uma obra proto-pós-moderna pela leitura pós-moderna. Para uma arquitetura que buscava denotar progresso e otimismo, a consistência da linguagem arquitetônica moderna era demasiadamente hermética para o seu público de classe média, muito distante dos cânones da arquitetura moderna ainda vigentes na comunidade arquitetônica. Uma obra aberta e híbrida é passível de entendimento pelo inter-relacionamento com o cidadão comum. Uma obra de arquitetura aberta não comporta apenas uma interpretação. A tese busca, pelo estudo dos projetos dos hotéis-balneários de Lapidus em Miami Beach, uma distinta versão interpretativa dessa arquitetura moderna.

⁹ As provisões de educação e treinamento existiram até 1956, enquanto a Administração de Veteranos ofereceu empréstimos segurados até 1962.

O sucesso de Lapidus, junto ao usuário, deveu-se às características de sua arquitetura associada ao hibridismo¹⁰ da composição de elementos de projeto provindos de fontes distintas, que resultou em um maneirismo de estilização exagerada e capricho nos detalhes. A retórica da sua arquitetura é resultado do processo de colagem¹¹ em arquitetura. As escolhas dos elementos de composição de sua arquitetura variavam de obra para obra. O método de colagem era constante. A estratégia em compor era única, uma vez que o arquiteto se valeu de elementos específicos para cada obra e programa. O produto da arquitetura como colagem formou uma obra que não era passível de ser repetida ou copiada, daí a sua genuinidade.

Ainda que mutilada pela mesma força e poder dos agentes imobiliários que a construíram, uma característica da efemeridade da obra de hospitalidade, a essência da obra de Lapidus ainda pode ser extraída. A linguagem da Escola Carioca¹², mais precisamente a do vocabulário linguístico de Oscar Niemeyer, está presente na obra de Lapidus. A tese apresenta a interface dessa arquitetura moderna brasileira com a arquitetura de Lapidus da década de 1950, em Miami Beach. Portanto, este trabalho se fundamenta na trajetória oposta ao tom consensual da historiografia moderna brasileira em buscar referências europeias ou norte-americanas na arquitetura moderna brasileira. A

¹⁰ O termo "hibridismo", ou "processo de hibridização", utilizado neste trabalho, fundamenta-se no conceito de "estilos híbridos na arquitetura" e "artefatos híbridos" de Peter Burke. Burke destaca duas questões gerais sobre a "discussão das imagens híbridas". Primeiro, "a importância dos estereótipos ou esquemas culturais na estruturação da percepção e na interpretação do mundo". Segundo, "a importância do que poderiam ser chamadas de 'afinidades' ou 'convergência' entre imagens oriundas de diferentes tradições" (BURKE, 2010, p. 23-28).

¹¹ A "colagem", termo empregado neste trabalho para analisar a obra de Morris Lapidus, "combina motivos pictóricos e fragmentos de origens desconectadas em uma nova entidade sintética que lança novos papéis e significados para as partes. Sugere novas narrativas, diálogos, justaposições e durações temporais. Seus elementos levam vidas duplas; os ingredientes da colagem são suspensos entre suas essências originárias e os novos papéis atribuídos a eles pelo conjunto poético" (PALLASMAA, 2014, p. IX).

¹² Para este trabalho, o significado do termo "Escola Carioca" está de acordo com a sua definição naquele contexto histórico; portanto, definida pela historiografia como a arquitetura brasileira produzida durante as décadas de 1940 e 1950, por um grupo de arquitetos do Rio de Janeiro, formado sob a liderança de Lúcio Costa (1902-1998) e de Oscar Niemeyer (1907-2012), que criou um estilo nacional de arquitetura moderna, em contraposição ao *International Style*. O termo "Escola Carioca" foi cunhado por Mário de Andrade (1893-1945), por ocasião da publicação do livro-catálogo da exposição "*Brazil Builds: Architecture New and Old 1652-1942*", organizada pelo *Museum of Modern Art–MoMA* de Nova York em 1943.

tese se fundamenta no caminho contrário, na referência da arquitetura moderna brasileira presente na arquitetura de Miami no segundo pós-guerra. A arquitetura de Lapidus da década de 1950 se apropriou de elementos da arquitetura de Oscar Niemeyer dos anos 1940 e do começo da década de 1950. A busca de orientação na obra de Niemeyer deu confiança a Lapidus em um momento em que a sua carreira se expandia da arquitetura de interiores à arquitetura, no termo amplo da disciplina. Lapidus encontrou no sentimento de liberação das curvas gestuais de Niemeyer o símbolo de modernidade¹³ e tropicalidade¹⁴ como precedente de projeto para o hotel *Fontainebleau* (1952-1954) em Miami Beach.

O *Fontainebleau* foi o marco mais significativo de mudança de direção na obra do arquiteto, o ápice da sua carreira, um ponto de partida para a sua arquitetura hoteleira que o consagraria como arquiteto e que legitimaria o “estilo” Lapidus. A obra de Niemeyer contribuiu para assegurar essa mudança de direção. A liberdade de criação de Niemeyer é o que Lapidus sempre buscou. Foi na tropicalidade moderna da obra formativa do arquiteto brasileiro que ele encontrou o rumo da arquitetura que impulsionaria a transformação da paisagem hoteleira de Miami Beach. Os hotéis de Lapidus da década de 1950 formam o conjunto de obras que define a identidade—a imagem¹⁵—da arquitetura moderna de Miami, expressa na tropicalidade fabricada da cidade-balneário moderna norte-americana.

Seguindo as premissas acima mencionadas, o corpo da tese está dividido em quatro capítulos: “Crítica e Historiografia: a dialética na arquitetura de Morris Lapidus” (capítulo 2), “A arquitetura da hospitalidade de Morris Lapidus: academicismo e modernismo” (capítulo 3), “A evolução urbana de Miami Beach: a transformação da cidade-

¹³ “O termo modernidade refere-se à maneira como os tempos modernos são vivenciados pelos indivíduos” (BRUNA, 2010, p. 22).

¹⁴ Neste trabalho entendemos “tropicalidade” como sinônimo de “tropicalismo”. Segundo Liane Lefavre e Alexander Tzonis, “[...] foi no Brasil, durante os anos 1940 e 1950, que a arquitetura tropical do pós-guerra atingiu o ápice de expressão formal” (2003, p. 50, tradução nossa). “O pensamento visual da arquitetura brasileira é muito superior a qualquer obra projetada na América do Norte naquele momento. No Brasil, o tropicalismo tornou-se sinônimo de vitalidade formal e criatividade” (TZONIS, 2001, p. 40, tradução nossa)

¹⁵ Cf. Nota 5 desta Introdução.

balneário no segundo pós-guerra” (capítulo 4), “Colagem em Arquitetura: escolhas e apropriações” (capítulo 5). O estudo se estrutura do seguinte modo:

O segundo capítulo discute as referências historiográficas e a crítica gerada pela arquitetura de Morris Lapidus, que neste trabalho é considerada como formadora da imagem da arquitetura moderna de Miami no segundo pós-guerra e que ainda permanece na atualidade. No decorrer da produção dessa arquitetura, a historiografia está dividida entre a sua rejeição pela crítica idealista e formalista do dogmatismo moderno do *International Style* nas décadas de 1950 e 1960 e a simpatia pela crítica humanista a partir da década de 1970, redescoberta pelo pluralismo pós-moderno. Este capítulo apresenta o cerne da polêmica da sua obra moderna pela crítica moderna do segundo pós-guerra, impulsionada pelo aparente paradoxo do seu projeto arquitetônico. As contribuições da tese estão centradas na controvérsia gerada por sua obra hoteleira no Sul da Flórida, que é interpretada neste trabalho como uma dialética intencional do arquiteto para a solução dos seus projetos.

O terceiro capítulo estuda o método de projeto de Lapidus, originado e desenvolvido com as soluções para as suas lojas na Depressão. Os seus recursos de projeto foram criados para a modernização das fachadas e dos interiores das suas lojas, durante o seu período experimental de cerca de quinze anos (1928-1943) em que o arquiteto projetou e construiu aproximadamente quinhentas lojas. Esse método para o projeto de hospitalidade visava o consumo. Sua obra, da Depressão ao segundo pós-guerra, almejava responder à cultura norte-americana da “busca pelo progresso”, impulsionada pelo otimismo nacional populista do governo federal norte-americano. Este capítulo, portanto, estuda a evolução formal da obra da hospitalidade de Lapidus, a partir do método de projeto formativo das suas lojas, como *interior designer*, que foi posteriormente expandido para os seus projetos de arquitetura e de interiores dos seus hotéis-balneários em Miami Beach.

Por sua vez, o quarto capítulo tem caráter operacional para expor em que contexto histórico, político-econômico e sociocultural, as obras em estudo foram criadas. Tem

como objetivo evidenciar que, desde a sua incorporação¹⁶ como cidade em 1915, Miami Beach foi orquestrada para tornar-se um balneário de inverno, uma Meca do turismo. Tal característica evoluiu e se transformou no segundo pós-guerra com a construção dos hotéis-balneários de Morris Lapidus. Este capítulo descreve a evolução dos hotéis de Miami Beach para aristocráticos na era de Carl Graham Fisher (1874-1939) até a tipologia de hotel-balneário de Lapidus destinado à classe média no segundo pós-guerra. É importante apresentar, brevemente, a história da cidade desde os primeiros investimentos na região e a construção de seus primeiros edifícios turísticos, cobrindo a sua rápida transformação quando se tornou cidade até o segundo pós-guerra. Acredita-se ser fundamental para a pesquisa —considerando a curta história de apenas um século da cidade de Miami Beach— que seja estudado o período da história da cidade anterior ao pós-guerra, recorte temporal da tese. Os aspectos da história da sua urbanização como formação de uma cidade-balneário são fundamentais para o objeto da pesquisa, a arquitetura hoteleira dos anos 1950. A "paisagem natural" de Miami Beach, praticamente inexistente, cedeu lugar à uma "paisagem cultural"¹⁷, escrita e reescrita por rápidas e drásticas transformações movidas pelo objetivo de “atualizar” a sua primordial função de cidade-balneário norte-americana.

O quinto capítulo estuda a narrativa dos hotéis-balneários de Morris Lapidus no Sul da Flórida —*Fontainebleau* e *Eden Roc*— sob a fundamentação crítica e historiográfica discutida no segundo capítulo, o trabalho formativo das lojas apresentado no terceiro

¹⁶ "O termo incorporação, no sentido de administração municipal, varia de acordo com o país. No Canadá e nos Estados Unidos da América, o termo incorporação designa a elevação de estatuto de uma dada região à categoria de vila, cidade secundária (*town*) ou cidade primária (*city*). Já no Brasil, é a fusão de municípios, é o ato do executivo que, por medida de economia ou a pedido da população, e a fim de evitar danos de ordem econômica, um município é incorporado ou fundido a outro. O significado do termo incorporação no Canadá e nos Estados Unidos pode ser considerado de certa forma o oposto do significado do termo no Brasil, uma vez que pode significar a criação de uma nova vila ou cidade, de outra vila ou cidade já existente. Uma região dentro de uma dada cidade ou vila é considerada incorporada, regiões fora destas áreas são consideradas não-incorporadas (e administradas diretamente por entidades administrativas tais como condados)." DBPEDIA-FR. **Corporation Municipale**. 2016. Disponível em http://fr.dbpedia.org/page/Corporation_municipale. Acesso em: 16 janeiro 2016. Neste trabalho, usa-se o termo “incorporação” com o seu significado no contexto dos Estados Unidos.

¹⁷ Grosso modo, a paisagem natural refere-se aos elementos da natureza que não se modificaram ou que foram pouco alterados pelo ser humano. A paisagem cultural (paisagem antrópica), resultado das expressões das atividades humanas, constrói-se a partir da utilização e transformação dos elementos da natureza pelas atividades realizadas pelo homem.

capítulo e o contexto de Miami Beach como cidade-balneário tropical no segundo pós-guerra abordado no quarto capítulo. Este capítulo estuda a tipologia do hotel-balneário moderno tropical como um dos veículos de formação da modernidade e da identidade da sociedade norte-americana do segundo pós-guerra

Este último capítulo conduz o leitor pelo hotel-balneário: a partir da rua, pelo convite da fachada do edifício moderno, passando pelos seus interiores tradicionais e culminando nos jardins formais e áreas externas recreativas modernas à beira-mar. O percurso pelo edifício evidencia as estratégias de Lapidus para atrair e seduzir os seus usuários, carregadas pelo seu simbolismo de modernidade, tropicalidade e luxúria, impulsionados pela mídia da marca do hotel. Os recursos de projeto, retirados de fontes diversas, caracterizaram o hibridismo¹⁸ da sua obra, que uniu tradição à modernização. Almejando resultados psicológicos efetivos com os seus usuários essa obra híbrida é caracterizada pelo processo de colagem¹⁹. Este capítulo procede discutindo em detalhes as escolhas feitas por Lapidus. Aqui são apresentadas as apropriações²⁰ de aspectos da obra formativa de Oscar Niemeyer da década de 1940 e início da década de 1950, recriadas e readaptadas por Lapidus nos seus projetos de hotéis-balneários de Miami Beach. Este capítulo também ilustra a circulação de ideias, por alguns mecanismos de divulgação como publicações, exposições e viagens. Apresentam-se a viagem de Lapidus à América do Sul (Brasil, Argentina e Uruguai) e a sua visita a Oscar Niemeyer no Rio de Janeiro em 1949.

As “Considerações Finais”, a título de conclusão, sumarizam as contribuições da tese e refletem a permanência da identidade de Miami pela imagem das obras hoteleiras de Morris Lapidus na contemporaneidade. Essa identidade da cidade, pela imagem da sua arquitetura moderna hoteleira, por sua vez, é um reflexo da própria imagem de Miami Beach como um *American Playground*.

¹⁸ Cf. Nota 10 desta Introdução.

¹⁹ Cf. Nota 11 desta Introdução.

²⁰ O conceito de “apropriação”, utilizado para analisar a obra hoteleira de Morris Lapidus, advém do estudo de Peter Burke sobre “hibridismo” que enfatiza o “agente humano” e a “criatividade”. Assim como a ideia de “tradução cultural” que é “usada para descrever o mecanismo por meio do qual encontros culturais produzem formas novas e híbridas” (BURKE, 2010, p. 55).

Perspectiva colorida do saguão principal do *Hotel Americana-Bal Harbour*. Terrário e convidados.
Fonte: eBay

2

**CRÍTICA E HISTORIOGRAFIA:
A DIALÉTICA NA ARQUITETURA DE MORRIS LAPIDUS**

"[...] a teoria pode deixar de capturar a realidade
e a interconectividade dos processos humanos"

— Patrick Malone

(MALONE, 2018, não paginado, tradução nossa)

2.1 A CRÍTICA FORMALISTA

"Existe hoje, nos países importantes do mundo, uma nova arquitetura. [...] O *International Style* é, provavelmente, o primeiro estilo fundamentalmente original e amplamente distribuído desde o Gótico"

— Alfred H. Barr, Jr.²¹

(THE MUSEUM OF MODERN ART, 2017, p. 1, tradução nossa)

2.1.1 *International Style*: uma releitura

"Numa situação globalizada na qual o Modernismo vem a ser redescoberto nos seus inúmeros avatares fora do eixo euro-americano [e fora dos preestabelecidos critérios de inclusão e diretrizes para o desenvolvimento de uma prática da arquitetura moderna], importa repensá-lo e reequacioná-lo" (SARDO, 2011, p. 15). Reexaminar a obra do arquiteto Morris Lapidus, dentro do panorama da arquitetura de Miami no segundo pós-guerra, faz parte desse processo de repensar a herança moderna. Entre outras contribuições, este trabalho também é uma oportunidade para rediscutir o Modernismo. Para tanto, é oportuno apresentar, especificamente, o aporte gerado pela iniciativa da publicação, de 2011, do fac-símile do catálogo da exposição de 1932 do *The Museum of Modern Art* (MoMA), "*Modern Architecture: International Exhibition*", pela editora Athena de Lisboa²². Para este trabalho, o moderno e suas investigações possuem hoje, no contexto periférico de Morris Lapidus, uma particular importância.

Desde os seus primeiros anos, logo após o seu estabelecimento em 1929, o MoMA passa a ser uma instituição altamente influente, uma máquina de disseminar opiniões e criar pensamentos. "As exposições e mostras talvez tenham sido o fator que mais alterou o caráter da arquitetura americana dos últimos quarenta anos". Com essa frase, Alfred Barr Jr. (2011a, p. 12, tradução nossa), diretor do recém-inaugurado *The Museum of Modern Art* de Nova York, iniciou o seu texto para o catálogo da primeira mostra de

²¹ Enquanto diretor do *The Museum of Modern Art*-MoMA, Nova York, explicando o significado nacional e internacional da exposição arquitetônica "*Modern Architecture: International Exhibition*" à imprensa, por ocasião da sua abertura em 1932.

²² BARR Jr., Alfred H. et al. **Modern architects**: edição fac-similada do catálogo da primeira exposição de arquitetura do MoMA, de 1932. Ed. fac-sim. Lisboa: Athena-Babel, 2011b. 200 p.

arquitetura do museu, “*Modern Architecture: International Exhibition*”, de 1932. No entanto, como aponta Barry Bergdoll (2011) no seu texto “Níveis de polêmica: a exposição internacional da fundação do MoMA entre influência e realidade”²³, a repercussão dos ensinamentos dessa exposição não estaria somente na própria mostra itinerante²⁴ e nem somente no catálogo que a acompanhava (*Modern Architects*), mas, principalmente, no livro *The International Style: Architecture Since 1922*²⁵ — publicado simultaneamente com a exposição e de mesma autoria de ambos Henry-Russell Hitchcock Jr. (1903-2005) e Philip Johnson (1906-2005) —, devido à sua ampla divulgação ao público advinda das suas diversas versões ao longo do século.

Associado ao catálogo e ao livro, o pioneirismo dessa exposição não estava somente na efetivação da criação do Departamento de Arquitetura e *Design* do MoMA — parte integrante de um novo museu dedicado à arte do “nosso tempo” — mas numa polêmica, simultaneamente determinante e definidora de novos cânones. Esta exposição “pretendia assumir o seu lugar como fator fundamental na mudança do caráter da arquitetura norte-americana” (BERGDOLL, 2011, p. 23-24, tradução nossa).

A publicação do fac-símile do catálogo da exposição convida ao debate, contrária à apresentação de Philip Johnson — um dos genitores dos ideais do *International Style* — à edição de 1995 (p.13) do livro *The International Style: Architecture Since 1922*, como sendo uma leitura “datada” e “antiquada”. O livro *The International Style*, em conjunto com a exposição e o catálogo, inquestionavelmente assegurou o seu lugar de destaque na história da arquitetura norte-americana — e internacional — como um documento seminal

²³ Cf. BERGDOLL, Barry. Layers of polemic: MoMA’s founding international exhibition between influence and reality. In: BERGDOLL, B.; SARDO, D. **Modern architects**: an introduction. Lisboa: Athena-Babel, 2011, p. 23-30. Bergdoll foi curador e chefe do Departamento de Arquitetura e *Design* do Museu de Arte Moderna de Nova York, de 2007 a 2013.

²⁴ Durante dois anos, a mostra itinerante foi exibida, além do MoMA, em onze instituições: *Pennsylvania Museum of Art*, *Wadsworth Atheneum*, *Bullock’s-Wilshire* em Los Angeles, *Buffalo Fine Arts Academy* e *Albright Art Gallery* em Buffalo, *Cleveland Museum of Art*, *Milwaukee Art Institute*, *Cincinnati Art Museum*, *Memorial Art Gallery* em Rochester, NY, *Toledo Museum of Art*, *School of Architecture* e *Fogg Museum* na *Harvard University* e *Worcester Art Museum*.

²⁵ Cf. versão original: HITCHCOCK Jr., H.; JOHNSON, P. **The International Style**: architecture since 1922. New York: W. W. Norton & Company, 1932. Versão utilizada neste trabalho: HITCHCOCK Jr., H.; JOHNSON, P. **The International Style**. New York: W. W. Norton & Company, 1995c.

que determinou a direção da arquitetura por três décadas, deixando ao longo de sua história muitas consequências para a educação e a profissão da arquitetura.

Em retrospectiva, na tentativa de buscar aliviar a responsabilidade quando jovens de pouco mais de vinte anos, a apresentação de Johnson à edição do livro *The International Style* de 1995 reafirma ambos os textos de Hitchcock — a apresentação à edição de 1966 e o artigo “*The International Style Twenty Years After*” de 1951²⁶ —, indicando que o texto do livro de 1932 representava “claramente” a história da importante década passada, e, portanto, não era uma prescrição para a próxima década. A posteriori, também buscando eliminar responsabilidade, “teria sido um erro assumir que o que os autores ofereceram como diagnóstico e prognóstico tenham sido interpretados como um regulamento acadêmico” (HITCHCOCK, 1995a, p. 247, tradução nossa).

O livro *The International Style* passaria a representar a mostra, alimentando uma série de mitos em torno dessa exposição seminal do MoMA, de 1932. “Há muitas décadas, as principais diferenças entre o catálogo da exposição e o livro tem representado, incorretamente, a exposição” (BERGDOLL, 2011 p. 24, tradução nossa). A exposição era constituída de três seções: “*Modern Architects*”, com apresentação do trabalho de Walter Gropius, irmãos Bowman, Le Corbusier, Raymond Hood, Howe & Lescaze, Richard Neutra, Mies van der Rohe, J.J.P. Oud e Frank Lloyd Wright; “*The Extent of Modern Architecture*”, dedicada à influência dos anteriores; e “*Housing*” (SARDO, 2011, p. 18-19). O livro teria evitado a discussão de edifícios individuais, inclinando-se para a identificação dos princípios de um estilo — arquitetura enquanto volume, regularidade em lugar de simetria e ausência de ornamentação aplicada. Por sua vez, o catálogo da exposição foi organizado em torno de perfis monográficos de nove arquitetos, distribuídos de forma equilibrada entre europeus e norte-americanos. O catálogo, portanto, não incluiu documentação sobre a segunda seção, fazendo recair sobre o grupo de nove arquitetos a tônica da documentação reunida (SARDO, 2011, p. 19). Torna-se evidente, portanto, quer na introdução de Barr Jr., quer nos textos de Johnson e Hitchcock Jr., o desejo de estabelecer uma base para o desenvolvimento do Modernismo — do “*Style*”, como refere Barr Jr. — nos Estados Unidos.

²⁶ Texto originalmente publicado na edição de agosto de 1951 do periódico *Architectural Record*.

Embora o fato mais comum da exposição ter sido a “promoção”, ou até a “imposição”, dos progressos europeus como um “corretivo” para a prática norte-americana, “tratou-se, de fato, de uma derivação regressiva da interpretação do *International Style*” (BERGDOLL, 2011 p. 26, tradução nossa). O texto original de 1931, publicado em 1932, realçou que era, particularmente, na obra de quatro arquitetos, que se tornariam os grandes líderes da arquitetura moderna—Walter Gropius e Mies van der Rohe na Alemanha, J. J. Oud na Holanda e Le Corbusier na França—, que se devessem “procurar os diversos passos para o início de um novo estilo” (HITCHCOCK Jr., H.; JOHNSON, P., 1995, p. 44, tradução nossa)

“Em termos de natureza prescritiva para a prática norte-americana, a redução da presença de arquitetos norte-americanos na passagem do catálogo para o livro é particularmente dramática” (BERGDOLL, 2011 p. 29, tradução nossa). As obras das figuras representadas com destaque na exposição como Frank Lloyd Wright, Raymond Howe, George Howe, William Lescaze e Richard Neutra foram eliminadas do livro *The International Style*. Por outro lado, foram acrescentadas obras no livro de modo a enfatizar a difusão do estilo de uma forma mais substancial. Joseph Albers, Marcel Breuer, Hans Borkowsky, Eisnlohr & Pfenning, J.W. Lehre, Lily Reich, Jan Rutenberg & Mart Stam e Moser & Otto Haesler figuram como representantes da difusão do estilo internacional alemão, embora nenhum deles tivesse sido incluído na exposição nem no catálogo da exposição.

A diretriz prescritiva do livro, para a definição do caráter da arquitetura norte-americana, afastou dos olhos do público a sua iminente qualidade social. Na apresentação da edição do livro de 1995, Johnson (p. 14-15, ênfase do autor, tradução nossa) reconhece que, por um lado, “os marxistas e aqueles interessados no lado social da arquitetura objetivaram a ênfase na estética do projeto e no estilo. Eles não acreditavam em ARTE como fonte de atividade humana, mas estavam somente interessados em tecnologia e utilidade”. As considerações de Lewis Mumford (1895-1990) sobre os aspectos sociais da arquitetura foram eliminadas do livro *The International Style* e os projetos de conjuntos habitacionais, presentes na mostra, e sua produção pouco dispendiosa de componentes construtivos, que levou o desenvolvimento da pré-fabricação, também fo-

ram marginalizados na obra *The International Style* (BERGDOLL, 2011 p. 27, tradução nossa).

Ao mesmo tempo, acrescenta Johnson (1995, p. 15), arquitetos “mais velhos” ressentiram a ênfase na simplificação demasiada da arquitetura moderna. Barr Jr., considerado por Johnson (1995, p. 14) um historiador de arte “idealista” e “dogmático”, teria definido o título da exposição e insistido em escrever com maiúscula “*International Style*” —oposto ao texto do livro de Johnson e Hitchcock em minúsculas. Barr Jr. também teria “formado o pensamento” dos autores do livro, levando-os à definição de “princípios rígidos” do “*Style*”. Muito interessado em arte abstrata moderna, Barr Jr., na observação de Johnson (1995, p. 14, tradução nossa), “trouxe à tona a conexão entre Mondrian e a arquitetura moderna”. Portanto, a exposição e, principalmente, o livro estabeleceram a arquitetura no mundo das artes.

Já amplamente conhecidas as consequências da disseminação do “*Style*” —considerando-as inimagináveis por seus autores em 1932—Johnson, já então um assumido pós-moderno, concluiu de maneira inconsequente no seu texto de 1995 (p. 15, tradução nossa): “o *International Style* teve uma vida muito longa, parece-me agora, mais do que jamais merecida”. O impacto do *International Style*, principalmente devido à divulgação dos seus dogmas pelo livro, foi imenso no mundo da arquitetura. Simultaneamente, Mies van der Rohe em Chicago—a partir de 1938 como diretor do Departamento de Arquitetura do atual *Illinois Institute of Technology*—e Walter Gropius em Cambridge—entre 1938-1952 como diretor do Departamento de Arquitetura da *Harvard Graduate School of Design* e, mais tarde, membro do *Visiting Committee* no *Massachusetts Institute of Technology* (MIT)—viriam a dominar o pensamento da já elitista educação da arquitetura nas regiões nordeste e centro-oeste dos Estados Unidos.

A exposição que consagrou arquitetos, ainda na época não familiares nos Estados Unidos, como Le Corbusier, Mies van der Rohe, Walter Gropius e J.J.P. Oud, tinha, portanto, como objetivo definir “critérios de inclusão nas diretrizes para o desenvolvimento de uma prática norte-americana” (BERGDOLL, 2011 p. 23, tradução nossa). Individualmente, a influência na formação dos arquitetos foi duradoura. Além da vasta influência de Mies em Chicago e de Gropius em Massachusetts, Le Corbusier influenciou o *New York Five*—um grupo de cinco arquitetos de Nova York: Peter Eisenman,

Michael Graves, Charles Gwathmey, John Hejduk e Richard Meier.²⁷ O *New York Five* nunca foi um grupo oficial. Embora os seus membros tivessem tido tanto opiniões contrárias como semelhantes, o que os conciliava, primordialmente, era um compromisso com a ideia de que a forma arquitetônica pura priorizava as preocupações sociais, a tecnologia ou a solução de problemas funcionais.²⁸ O *International Style*, em geral, formou o trabalho de muitos outros arquitetos eminentes.

Após um quarto de século da exposição seminal de 1932, o fato de que os “conceitos de um novo estilo moderno” se espalharam “por todo um mundo civilizado” é confirmado no artigo “*The International Style Twenty Years After*”²⁹ em que Hitchcock Jr. reexamina o livro *The International Style: Architecture Since 1922* à luz do desenvolvimento da arquitetura moderna durante as duas décadas subsequentes. Hitchcock Jr. (1995, p. 242, tradução nossa) reassegurou, em 1951, que o *International Style* “deveria ser considerado o único e apropriado modelo ou programa para a arquitetura moderna”, reafirmando a reconhecida imodesta afirmação de Barr Jr. para a introdução da edição de 1932: “[...] existe hoje um estilo moderno tão original, tão consistente, tão lógico, e tão amplamente distribuído como qualquer do passado”. Hitchcock (1995, p. 242) prosseguiu reafirmando a declaração de Barr Jr., de 1932, de que “para muitos, esta asserção de um novo estilo parece arbitrária e dogmática...”. O autor reconheceu que, em geral, teria sido o conceito de “estilo”, como implicação restritiva ou de disciplina de acordo com regras *a priori*, que teria sido difícil para alguns arquitetos, distinto dos críticos, em aceitar. Segundo Hitchcock Jr. (1995, p. 242), o livro de 1932 buscava, portanto, defender “*The Idea of Style*”. E esta defesa ainda seria relevante, mesmo que a sua validade tivesse sido controversa após duas décadas. Para ilustrar, embora intencionalmente exagerado, Gropius teria sido orgulhoso em afirmar ser difícil identificar o trabalho de

²⁷ Cujo trabalho fotografado foi objeto do encontro CASE (*Committee of Architects for the Study of the Environment*) no MoMA, organizado por Arthur Drexler e Colin Rowe em 1969, e apresentado no livro subsequente *Five Architects*, publicado por George Wittenborn em 1972 (GOLDBERGER, 1996). Cf. ROWE, Colin; FRAMPTON, Kenneth. **Five architects**: Peter Eisenman, Michael Graves, Charles Gwathmey, John Hejduk, Richard Meier. New York: Wittenborn & Company, 1972.

²⁸ O encontro CASE no MoMA também reforçou — mesmo tardiamente, demarcando seu lugar na era pós-moderna — o objetivo que a exposição do museu de 1932 almejava: a de estabelecer a arquitetura formalista no mundo das artes (GOLDBERGER, 1996).

²⁹ Cf. Nota 26 deste Capítulo 2.

cada um de seus pupilos. Para Hitchcock Jr. (1995, p. 243), o anonimato que o então diretor do Departamento de Arquitetura de *Harvard* admirava em seus discípulos seria senão um estilo comum? O autor enfatizou que esses trabalhos, representativos da terceira geração de arquitetos modernos, não eram exemplos de estilos “Gropius” ou “Bauhaus”, mas sim de uma parte importante do “amplo” *International Style* na região nordeste dos Estados Unidos.

Com seu texto de 1951, Hitchcock Jr. enfaticamente reafirmou o *International Style* como um único estilo comum da arquitetura moderna, porém, reconhecendo que vinte e cinco anos antes esse estilo havia se desenvolvido de maneira convergente, e que nesse momento (1951) o estilo deveria ser reconhecido como diverso, e até divergente, abrangente das suas distintas manifestações. Porém, tal “forma de academicismo”, segundo o autor, somente poderia ser encontrado em proeminentes escolas de arquitetura e grandes escritórios de arquitetura altamente institucionalizados. Para Hitchcock Jr. (1995, p. 244, tradução nossa), a arquitetura moderna nos anos 1950 deveria, portanto, ter dado novamente espaço para “uma gama de efeitos diversos, senão divergentes. Certamente, um conceito muito rígido do que é estilisticamente ‘permissível’ é sempre sufocante”. No entanto, na realidade, essa dita gama de “variedade” e “diversidade” da arquitetura moderna do pós-guerra, especialmente aquela ditada pela região nordeste dos Estados Unidos, ainda era fortemente hermética. Portanto, a singularidade de visão do livro *The International Style* o tornaria um veículo de comunicação mais efetivo do que a própria exposição e o seu catálogo. O livro definiu o panorama da arquitetura norte-americana durante os anos seguintes, a década da Depressão. O formalismo gerado pela disseminação dos princípios do “*Style*”, no entanto, se estenderia até o segundo pós-guerra.

Na verdade, no segundo pós-guerra, as aceitáveis variações da arquitetura moderna eram exemplos de manifestações positivas, e não contrárias, ao *International Style*. As reações negativas se dirigiam à considerada “vulgarização de paródias dos seus aspectos mais óbvios que teriam se tornado popular na década passada” — a “*Drugstore Architecture*”, termo atribuído em 1949 por William W. Wurster, quando então diretor do Escola de Arquitetura e Planejamento do MIT (VADERSCHMLDT, 1949). Hitchcock Jr, no seu texto de 1951, “*The International Style Twenty Years After*”, no sentido

de defender uma amplidão do “*Style*”, adversa à imposição de ideia preconcebida de princípios estéticos fixos em 1932, também se referiu à disseminada expressão “*Drugstore Modern*” de Wurster. De fato, Wurster, na sua entrevista de 1949 ao jornal dos estudantes do MIT, “*The Tech*”³⁰, referiu-se ao termo quando comentando sobre o novo edifício de dormitório estudantil—o *MIT Baker House Dormitory*, de 1948, de Alvar Aalto. A solução de projeto de Aalto para o edifício de dormitório estudantil teria sido para “evitar a ‘arquitetura *Drugstore*’”, referindo-se ao acabamento do edifício, em tijolo, e não com materiais frios (comuns à arquitetura trazida aos Estados Unidos pelos mestres da Bauhaus). O tom da entrevista de Wurster—em que também esteve presente o então chefe de Departamento de Arquitetura, Lawrence B. Anderson—aos estudantes, sobre os novos edifícios do campus do MIT no pós-guerra, confirma a visão da direção da Escola sobre o conceito de qualidade em arquitetura na virada de década de 1940 para 1950: sarcasmo em relação aos edifícios históricos, em referência à ampliação moderna do edifício *Beaux-Arts* da biblioteca do campus; aceitação à abertura a uma pluralidade na arquitetura com o edifício do respeitado Aalto; e conceituação pejorativa e preconceituosa sobre a “*Drugstore Architecture*” moderna-vernacular, produto da modernização das lojas da *Main Street* nos anos 1930 nos Estados Unidos. Morris Lapidus foi um dos protagonistas dessa arquitetura dos centros comerciais das cidades norte-americanas. Alheio às discussões teóricas e acadêmicas que dominavam as instituições que comandavam o pensamento da arquitetura norte-americana, Lapidus estava nas ruas, interagindo com o público que consumia essa “*Drugstore Architecture*”.

O impacto do *International Style* causou discussões e brigas dentro da profissão, em instituições como a *Architectural League of New York* (JOHNSON, 1995, p. 15), que culminaram na marginalização de arquitetos adversos aos seus dogmas. No caso de Morris Lapidus, a divulgação da sua obra foi banida da mídia do *establishment* do *International Style* durante as décadas de 1950 e 1960, culminando com a polêmica exposição solo do arquiteto “*Morris Lapidus: Architecture of Joy*”, com foco na discussão de “gosto em arquitetura”, pela Liga somente em 1970. Portanto, é importante destacar que, dentro da suposta amplitude do “*Style*”, na realidade, a sua essencial característica de sin-

³⁰ Cf. VADERSCHMLDT, 1949.

gularidade e formalismo perdurou fortemente no discurso da crítica da arquitetura, especialmente na região nordeste dos Estados Unidos, até a polemização aberta pela pós-modernidade no fim dos anos 1960.

Notadamente, a patente devoção de Johnson por Mies, que no livro *The International Style* estabeleceu a Alemanha como o epicentro do Modernismo, culminou na sua Miesiana *Glass House* de 1949. “O ‘Style’ perdurou, claramente, pelos anos 1950” (JOHNSON, 1995, p. 15). Curiosamente, depois do seu impacto sem precedente na arquitetura nacional e internacional, impulsionado por essa parcialidade, Johnson (1995, p. 15), nas suas palavras, “ficou entediado”³¹ quando o *International Style* “claramente perdeu a sua força”. Em relato no seu texto de 1995, Johnson (p. 15), com a mesma intensidade de veneração, tornou-se o “anti-Mies”, “anti-mestre”, anti-moderno” e juntou-se à direção da arquitetura tomada por Robert A. M. Stern e Robert Venturi, impulsionada pela continuidade da história em arquitetura, que havia sido fervorosamente abolida pelo *International Style*. Nos anos 1960, o manifesto de Johnson (1995, p. 15) tornou-se *Complexity and Contradiction in Architecture*³², obra-cânone do Pós-Modernismo de Venturi, texto escrito em grande parte em 1962 e publicado em 1966.

Até mesmo quando um dos seus genitores³³ tinha reconhecido que o *International Style* havia “claramente perdido a sua força” a partir da década de 1960 e quando ele próprio havia abandonado os dogmas de sua coautoria, os hotéis de Lapidus da segunda metade da década de 1950, em Miami Beach, ainda foram condenados pela hermética crítica da arquitetura até o início da década de 1970. Curiosamente, Johnson, em uma entrevista à John Margolies em maio de 1970, por ocasião da exposição “*Morris Lapidus: Architecture of Joy*”, comentou que ele admirava o ataque de Lapidus à “assepsia da arquitetura moderna—ele agrada as pessoas usando uma multitude de materiais,

³¹ “The Style lasted clearly through the 1950s, but then I got bored with it” (JOHNSON, 1995, p. 15, tradução nossa).

³² Primeira versão: VENTURI, Robert. **Complexity and Contradiction in Architecture**. New York: The Museum of Modern Art, 1966. Versão revisada para este trabalho: VENTURI, Robert. **Complexity and Contradiction in Architecture**. 2nd ed. New York: The Museum of Modern Art, 1977.

³³ O período pós-moderno de Philip Johnson ocorreu, notadamente, nas décadas de 1980 e 1990. O seu edifício-sede, de 37 andares, da AT&T-American Telephone & Telegraph, de 1985, foi o ícone pós-moderno de Nova York, situado à 550 Madison Avenue, em Manhattan.

ângulos e murais. [...] no *Fontainebleau*, você nota pelo menos vinte e seis materiais em uma sala. Eu sei, eu os contei. Eu não posso deixar de gostar de Lapidus; ele é um colega direto e franco” (MARGOLIES, 1970, não paginado, tradução nossa).

A arquitetura moderna-vernacular de Lapidus, que se dirigiu ao homem comum da classe média, foi alvo da considerada “natureza redutora e dispersa do conhecimento acadêmico [...], [em que] a teoria pode deixar de capturar a realidade e a interconectividade dos processos humanos. Os fatos podem ser distorcidos pela tendência de categorizar ou dividir para conquistar” (MALONE, 2018, não paginado, no prelo). A historiografia é produto do conhecimento que, geralmente, é dividido, fragmentado e condicionado de acordo com interesses particulares. A leitura da obra de Lapidus, que definiu a sua imagem no decorrer da história, exemplifica a divisão entre a teoria da arquitetura institucional-acadêmica e a arquitetura moderna-vernacular do arquiteto.

2.1.2 Formalismo e o caráter intrínseco da arquitetura

A diretriz prescritiva do livro *The International Style: Architecture Since 1922* continuou a ampliar a abrangência de sua audiência após o fim da exposição “*Modern Architecture: International Exhibition*” de 1932. “*The Idea of Style*” carregava a noção de uma revolução na arquitetura, uma ruptura com a produção anterior à década de 1920 que, além dos estilos históricos do século XIX, almejava desassociar-se da primeira geração de arquitetos da fase do “*Early Modernism*” do período 1890-1920 (HITCHCOCK Jr., H.; JOHNSON, P., 1995, p. 36). A preconização de que “o período de incerteza”, manifestado pelo estilo modernista de “decorar superfícies”, estava para chegar ao fim estabeleceu distintos princípios estéticos do *International Style* — arquitetura como volume, do espaço encerrado por planos, em oposição à sugestão de massa e solidez; regularidade e flexibilidade, em oposição à simetria ou outros tipos de equilíbrio. Estes dois princípios, com uma terceira prescrição, negando a decoração arbitrária aplicada, definiram os princípios reguladores do *International Style*.

O “*Style*” também pregava a “perfeição técnica”, provinda da elegância intrínseca dos materiais — metal, madeira, vidro e concreto — e das proporções refinadas, em oposição ao ornamento aplicado. Os ornamentos modernos da primeira geração de arquite-

tos modernos eram considerados pelo “*Style*”, de maneira geral, “grosseiros”. Por serem fabricados por máquinas “arruinaram”, em vez de adornar, a perfeição da superfície e da proporção do edifício. Segundo Barr Jr. (2011, p. 14-15), a eliminação de “qualquer tipo de ornamento ou padrão artificial” foi um dos elementos mais difíceis do Estilo para o leigo aceitar.

Antes da Primeira Guerra Mundial, reafirmou Johnson (2011, p. 19), a arquitetura moderna foi entendida como produto da criação de “grandes individualistas”, constituintes da primeira geração de arquitetos do período *Early Modernism*, termo denominado pelos autores do livro *International Style*. Nos primeiros anos após a Primeira Guerra Mundial, o “estilo internacional” desenvolvido em toda a Europa, foi considerado produto, não da invenção de gênios individuais, mas do resultado coordenado de muitas experiências paralelas. Segundo Barr Jr., (2011, p.15), os princípios do *International Style*, portanto, não teriam sido dogmáticos, mas, pelo contrário, derivados da evolução e do caráter intrínseco da própria arquitetura. O desenvolvimento de um estilo consciente foi envolvido, no início, com dois movimentos na pintura, o Neoplasticismo na Holanda—definidos pelo trabalho do pintor Mondrian, do teórico Theo van Doesburg, e dos arquitetos J. J. P. Oud e Gerrit Rietveld—e o Expressionismo na Alemanha. A presença de Theo van Doesburg na Bauhaus em 1922, ainda que curta, introduziu o Neoplasticismo aos jovens arquitetos alemães em geral e a Gropius em particular, que havia antes sido fortemente influenciado pela onda do Expressionismo após a Primeira Guerra Mundial.

O *International Style*, definido pelos seus princípios reguladores, determinava, portanto, as novas possibilidades estéticas da arte da arquitetura. O MoMA, desde a sua primeira exposição de arquitetura, de 1932, estabeleceu uma nova relação entre arquitetura e arte, tendo sido produzidas cerca de setenta exposições de arquitetura entre 1932 e 1949, demonstrando a predominante direção formalista do *International Style* que se estenderia pelos anos 1950 e que dominaria a crítica negativa à obra de Morris Lapidus, especialmente em Nova York, até o início da década de 1970.

2.1.3 Iconografia X Iconologia na crítica da arquitetura

Uma questão relevante, que promoveu o formalismo intrínseco da obra do *International Style*, está associada à importância pictórica atribuída à fotografia na relação com a arquitetura. As fotografias da exposição, impressas na Alemanha, foram produzidas com imenso cuidado. Barr Jr. (2011, p. 14-15) havia sugerido que um estudo dos princípios do *International Style* através das fotografias da exposição permitiria ao visitante apreender o que se entendia pelo “*Style*” e como este diferia do estilo decorativo moderno ou semi-moderno. Para ele, esses estilos decorativos, como a persistência dos estilos revividos do passado, teriam acrescentado tanto à “confusão” daquela arquitetura naquele momento histórico.

A divulgação do “*Style*” por meio de reprodução fotográfica das obras modernas europeias selecionadas evidencia o enfoque iconográfico de parâmetros de análise dessas obras, aspecto ainda mais evidente presente no livro *The International Style*. A importância pictórica atribuída à fotografia das obras substitui a própria arquitetura, apresentada descontextualizada e sem relação direta com seus usuários. Durante as décadas de 1930 e 1940, enquanto o valor de obras arquitetônicas era validado pelos princípios formais pré-estabelecidos pelo *International Style*, apresentados por reproduções fotográficas, Morris Lapidus estava produzindo a sua arquitetura das lojas pela sua associação contextualizada com o usuário, diretamente na *Main Street* das cidades norte-americanas.

Figura 1 — Vista da exposição *Modern Architecture: International Exhibition*, como foi exibida na loja de departamento *Bullocks-Wilshire*, Los Angeles, CA, 23 de jul. — 30 de ago., 1932.

Fonte: Riley, 1992, p. 42.

Figuras 2 e 3 — Capa (à esquerda) e páginas internas (à direita) do catálogo da exposição *Modern Architecture: International Exhibition*, 9 fev.– 23 mar. de 1932, The Museum of Modern Art, Nova York.

Fonte: *The Museum of Modern Art Archives*, Nova York, NY.

Figuras 4 e 5 — Capa (à esquerda) e índice (à direita) do livro *The International Style: Architecture Since 1922*, de autoria de Henry-Russell Hitchcock Jr. e Philip Johnson, publicado pela editora W.W. Norton, Nova York, 1932.

Fonte: *The Museum of Modern Art Archives*, Nova York, NY.

Figuras 6 a 12 — Cenas gerais de pedestres nas *Main Streets* norte-americanas, décadas de 1930-40.

Fonte: *The Museum of the City of New York Archives*, Nova York, NY.

A implementação do *International Style*, ditada pelos princípios de forma, frequentemente, reduziu-se a versões simplistas de formalismo, puritanismo e recusa da decoração; portanto, distantes da complexidade dos projetos e da sua construção que efetivamente definiram o cânone moderno. Este trabalho, ao reexaminar a arquitetura moderna de Miami, no pós-guerra, centrada na obra do arquiteto Morris Lapidus, constrói-se sob a necessidade de efetuar uma arqueologia reflexiva a partir de uma constelação de desenvolvimentos múltiplos e contraditórios do percurso de Lapidus, que caracterizou, aos olhos dos críticos, uma arquitetura fundamentada em paradoxos, impossível de ser validada ou aceita. Lapidus construiu a sua própria versão de um modernismo tropical do pós-guerra com os seus hotéis-balneários no Sul da Flórida, sob premissas que se enraizaram no cânone modernista anti-Mies, quebrando a disciplina formal ou estrutural, nomeadamente retiradas da arquitetura de Erich Mendelsohn, Alvar Aalto e Oscar Niemeyer. Este estudo da obra de Morris Lapidus permite um exercício de revisão da sua arquitetura moderna.

Nessa linha de pensamento retrospectivo, da herança moderna e da arquitetura de Morris Lapidus à luz do *International Style*, destaca-se “a importância da arquitetura no seu diálogo com as artes visuais e com a história da arte como disciplina criticamente iconológica [...]” (SARDO, 2011, p. 17). A iconologia, como método de interpretação da história cultural e da história da arte, se fundamenta no contexto cultural, social e histórico de temas e assuntos nas artes visuais. Como método, a iconologia é derivada da síntese, e não da análise dispersa; e examina o significado simbólico mais do que o valor da sua aparência, reconciliando-o com o seu contexto histórico e com o corpo de trabalho do artista. A iconologia está em contraste com a iconografia, que por sua vez, amplamente descritiva, aborda o estudo do conteúdo e do significado das obras de arte, concentrando-se principalmente na sua classificação (STRATEN, 1994, p. 2). O uso da iconologia, como a principal ferramenta da análise de arte, prioriza o conteúdo simbólico da obra de arte sobre os seus aspectos iconográficos formais, como análise da unidade forma-conteúdo.

A leitura iconográfica da obra é uma análise, já a leitura iconológica é uma interpretação. É exatamente neste ponto que a iconologia se distingue da iconografia. A iconografia apenas classifica a imagem visual. Já a iconologia investiga, compreende, ordena;

enfim, por meio de um juízo, traz à luz seus nexos históricos. A dicotomia iconologia/iconografia explica o paradoxo presente na crítica da obra de Morris Lapidus, que foi predominantemente vista sob os olhares iconográficos, da análise fundamentada nos princípios formais do *International Style* e, portanto, descontextualizada dos seus valores culturais e sociais e de uma interpretação iconológica.

A crítica da obra de Morris Lapidus—considerada neste trabalho como a imagem da arquitetura moderna de Miami no pós-guerra—foi favorável quando fundamentada na iconologia e desfavorável pela perspectiva da análise iconográfica. Assim se justifica o fato de os dois únicos trabalhos acadêmicos sobre a obra do arquiteto terem sido desenvolvidos por críticos membros de departamentos institucionais de História da Arte, e não de Arquitetura. *Morris Lapidus: Architecture as Intentional Nonsense*, de autoria do historiador de arte e arquitetura John W. Cook, foi submetido ao Departamento de História da Arte da *Yale University* no início da década de 1970.³⁴ Daniel Tashman concluiu a sua tese de graduação, intitulada *The Upright Jive of Morris Lapidus*, junto ao departamento de História da Arte da *Colgate University* em 1994.³⁵ Ambos os trabalhos discutem a arquitetura de Lapidus diante do amplo cenário pluralista da pós-modernidade. Portanto, outro aspecto inédito desta tese está no fato de ser o único trabalho acadêmico crítico—e, particularmente, de revisão da arquitetura moderna—desenvolvido sobre a obra de Morris Lapidus que está associado à um Departamento de Arquitetura de uma universidade³⁶.

³⁴ Cf. COOK, John W. **Morris Lapidus: architecture as intentional nonsense**. [1970?]. 66 p. A departamental paper - Department of History of Art, Yale University, New Haven, [1970?]. Datilografado. Cópia utilizada da coleção “Morris Lapidus Papers”, Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY, Estados Unidos.

³⁵ Cf. TASHMAN, Daniel. **The upright jive of Morris Lapidus**. 1994. 97 p. Senior Thesis (Art History), Colgate University, Hamilton, NY, 5 Dez. 1994. Cópia utilizada da coleção “Morris Lapidus Papers”, Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY, Estados Unidos.

³⁶ Não há conhecimento, por parte da autora, de nenhum trabalho acadêmico sobre a obra de Morris Lapidus associado à algum programa de arquitetura.

2.1.4 Bom gosto em arquitetura: *Modern Architecture*

Alfred Barr Jr. (2011, p. 12) iniciou o seu texto da apresentação do catálogo, que acompanhou a exposição “*Modern Architecture: International Exhibition*”, de 1932, estabelecendo valores de “bom gosto” em arquitetura, ditado, de acordo com ele, pelas exposições e mostras de arquitetura. A exposição “*The Chicago Columbian Exposition*”, de 1893, teria estabelecido aquele “refinado gosto arqueológico” por colunatas antigas, imediatamente tornando-se o “estilo oficial” para edifícios públicos norte-americanos. “Este *Classical Revival* foi acompanhado mais tarde pelo renascimento do ‘bom gosto’ em residências coloniais, dormitórios universitários góticos, clubes de campo espanhóis.” Para Barr Jr. (2011, p. 12, tradução nossa), “Infelizmente, esse dilúvio de revivalismo não só terminou no ‘mau gosto robusto’ do [...] edifício [norte-americano] do final do século XIX, mas quase sufocou a tradição genuinamente importante da arquitetura moderna americana, [...]” O “estilo modernista” teria se transformado meramente em uma outra maneira de decorar superfícies, referindo-se aos projetos modernos para o concurso de projeto para o *Chicago Tribune Tower* (1922) e a *Exposition of Decorative Arts*, em Paris, (1925). Estimulados pelo sucesso do projeto de Eliel Saarinen —segundo lugar para o concurso para o *Chicago Tribune*, sendo o primeiro prêmio concedido ao projeto neo-gótico do arquiteto Raymond Hood—, os mais avançados arquitetos norte-americanos teriam aceitado com entusiasmo o “modo” modernista. Ornamentavam seus prédios com padrões abstratos em vez de motivos neo-góticos ou modelagem clássica.

Como resultado dessas sucessivas e simultâneas convenções arquiteturais, as revistas e exposições anuais de arquitetura seriam, para Barr Jr. (2011, p. 12-13, tradução nossa), demonstrações do “capricho e da incerteza da nossa arquitetura”. Para ele, a exposição “*Modern Architecture: International Exhibition*”, de 1932, era uma afirmação de que a “confusão” dos quarenta anos anteriores deveria em pouco tempo terminar. O período de incerteza, que incluía o estilo modernista de decorar superfícies, chegava ao fim, dando lugar a uma verdadeira obra progressista ditada pelos cânones do *International Style*. Assim prenunciava a exposição.

2.2. A CRÍTICA HUMANISTA

"O que um arquiteto diz sobre os seus edifícios pode não ser como as pessoas os experienciam ou como a história os definirão, mas as razões dadas pela sua maneira de construir são uma parte vital da história de como o nosso ambiente humano está sendo criado"

— John W. Cook

(COOK; KLOTZ, 1973, p. 9, tradução nossa)

2.2.1 Pluralismo em arquitetura

Depois da Segunda Guerra Mundial, quando a influência do *International Style* começou a se dispersar, a arquitetura gradativamente tornou-se independente dos protótipos europeus. No livro *Conversations with Architects*³⁷, publicado em 1973, os autores John W. Cook e Heinrich Klotz apresentam as suas entrevistas com nove arquitetos proeminentes, identificando uma nova geração de arquitetos norte-americanos que se distanciavam dos mestres europeus e introduziam “estilos nativos”, assim evidenciando uma diversidade dentro daquela cena contemporânea—representante de uma parte significativa da tradição da arquitetura norte-americana moderna. Vincent Scully (1973, p. 8), então historiador e professor de História da Arte e Arquitetura da *Yale University*, ressaltando o valor inquestionável da obra desses arquitetos, afirmava que esta talvez tivesse sido a última geração de arquitetos a desfrutar do prestígio de artistas e pensadores, revelado pelo Romantismo.

Na introdução do livro, Cook e Klotz (1973, p. 9-10) apresentam os arquitetos entrevistados, destacando a contribuição pessoal de cada um deles ao complexo cenário da arquitetura pluralista naquele momento. Após uma ruptura consciente com a ideologia de Mies van der Rohe, Philip Johnson “formulou um ecletismo interessante e elegante”. Louis Kahn “transpôs a tradição americana da *Beaux-Arts* em um novo vocabulário que se tornou um viés para jovens arquitetos como Robert Venturi [e Denise Scott Brown] e Charles Moore” que, por sua vez, “com seu vocabulário ‘pop’ e formas

³⁷ Cf. COOK, J. W.; KLOTZ, H. **Conversations with architects**: Philip Johnson, Kevin Roche, Paul Rudolph, Bertrand Goldberg, Morris Lapidus, Louis Kahn, Charles Moore, Robert Venturi & Denise Scott Brown. 2nd ed. New York: Praeger, 1973.

anti-heróicas buscava uma maior aceitação da realidade". Bertrand Goldberg "desenvolveu possibilidades estruturais" através de novas tecnologias formais. Paul Rudolph explorou novas megaestruturas formais. Kevin Roche descreveu uma "sequência de métodos de planejamento, ilustrando a gênese de seu trabalho".

Observando que muitos ficariam surpresos pela inclusão do arquiteto Morris Lapidus na seleção dos célebres entrevistados—por ter sido sua obra primordialmente rejeitada por seus colegas—, a sua escolha se deveu às obras do começo da sua carreira, as lojas da *Main Street* e os hotéis de Miami Beach, que "exemplificam um mundo de gosto popular". Cook e Klotz destacaram que a franqueza e humor de Lapidus ofereceram um discernimento sobre a mentalidade de *merchandising* que determinou muito da sua arquitetura naquele momento histórico.

Scully, autor do prefácio de *Conversations with Architects*, ressaltou com veemência a sua preferência pela entrevista com Morris Lapidus, por ter sido a mais inesperada e simpática de todas. Nas palavras de Scully (1973, p. 7), Lapidus surgiu "como um homem completamente modesto, inteligente e bom". Para ele, era discutível e, também talvez irrelevante, decifrar a polêmica de Lapidus ter sido ou não "um bom arquiteto". O historiador destacou, especialmente em consideração aos seus primeiros hotéis, constatando que essa polêmica foi uma questão não concluída pelos autores do livro. Para ele, a entrevista os havia feito enxergar como as lojas de comércio de rua do início da carreira de Lapidus eram excelentes. Cuidadoso com as suas palavras de aprovação, Scully (1973, p. 8, tradução nossa) pausou, e continuou: "sem poder evitar, mas apenas se divertir, pela maneira com que ele conduziu seus convidados no hotel *Fontainebleau* em Miami Beach, todos juntos na mesma comédia musical". Apesar do contraponto, Scully (1973, p. 8) concluiu, positivamente, que Morris Lapidus foi um "*environmentalist par excellence*". Lapidus, com as suas lojas e os seus hotéis de Miami Beach, havia sido de influência fundamental no desenvolvimento de um grupo social—o consumidor de classe média.

Scully (1973, p. 8, tradução nossa) ainda observou que, somente quando virtudes mais puristas aparecem no seu escritório no final de sua carreira (e/ou devido ao grande volume de trabalho) é que o interesse por Lapidus diminuiu. Até lá, continua o historiador, "nós já tínhamos sido alertados por algumas qualidades fundamentais da sua ar-

quitetura e por algumas considerações gerais sobre a humanidade que nossas teorias talvez tivessem sido muito herméticas, que não nos permitiram perceber antes”.

Com o fim da hegemonia da influente crítica da arquitetura —favorável ao *International Style* como postulado dos padrões determinantes de qualidade em arquitetura—, Scully e Cook admitiram valores da obra de Morris Lapidus, no romper da década de 1970, com a iminência do Pós-Modernismo. O destaque do interesse pela obra de Lapidus estava na importância de seus projetos de lojas e hotéis-balneários de Miami Beach, por estes terem sido de influência fundamental na formação da classe média, devido ao apelo comercial de seus projetos na Depressão e no segundo pós-guerra. Esse conjunto de obras de Lapidus exemplifica “um mundo de gosto popular”. Na pós-modernidade, a crítica da arquitetura se distanciou da qualidade da arquitetura centrada no valor eminentemente intrínseco da forma arquitetônica e passou a valorizar o aspecto humano da arquitetura e a sua relação com os seus usuários —o público em geral, incluindo o leigo.

A obra de Lapidus foi pioneira por ter gerado (e até o presente momento ainda suscitar) reflexões sobre o universo da indústria da hospitalidade, antes desprezada ou ignorada pela crítica da arquitetura que advinha da disseminação das normas de qualidade em arquitetura pelo *International Style*, aplicada a obras de destaque e monumentais. O conjunto de obras do setor da hospitalidade de Lapidus trouxe à tona aspectos da relação entre *merchandising* e arquitetura, como definidora do “gosto” do público comum e do seu impacto na sociedade em geral, que direcionou a arquitetura naquele momento histórico.

Scully destacou, com surpresa, a franqueza e a simpatia que permearam a entrevista de Lapidus —distante do egocentrismo comum nos arquitetos, bem como da segurança que os outros arquitetos entrevistados demonstraram—, qualidades que entremearam a criação da sua obra arquitetônica. No entanto, nem tal sinceridade em arquitetura poderia ter defendido a sua qualidade. As obras dos tidos “bons arquitetos”, entrevistados por Cook e Klotz, estavam centradas na evolução dos “aceitáveis” preceitos modernos da arquitetura, ainda, porém, fundamentadas na exploração de seus aspectos estilísticos e formais individuais, “emancipados” dos dogmas do *International Style*. A obra de Lapidus, no entanto, se destacou por representar o seu oposto. Seu impacto não vinha da

manipulação exclusivamente formal e técnica, mas da relação primordial com o seu usuário. Tal singularidade, quando comparada à obra dos outros oito arquitetos entrevistados, gerou a dúvida dos autores de *Conversations* quanto a questão de qualidade na arquitetura de Lapidus. Teria sido ele um “bom arquiteto”? Scully e Cook, como havia observado Scully, não deixaram uma resposta. Chegar a uma conclusão sobre a validade estética da sua obra foi menos importante do que apontar os seus aspectos inéditos e únicos, centrados na formação do gosto do usuário. Com as suas lojas, Lapidus formou uma classe de consumo durante a Depressão. Com seus hotéis, o arquiteto definiu o gosto da classe média no segundo pós-guerra, em Miami Beach. Certamente, Lapidus, pela mercantilização da arquitetura, deixou marcas mais profundas na sociedade norte-americana do que as pretensas lições de doutrinação de Mies e Barr Jr., que ambiciosamente pregavam que as obras herméticas do *International Style* teriam a força de “educar” o público. A história provou que Lapidus estava certo.

Vincent Scully e John Cook, renomados historiadores de arte e arquitetura, da prestigiosa *Yale University*, tiveram a coragem de apontar contribuições do trabalho de Lapidus, colocando-o lado-a-lado com seus pares. A questão de qualidade em arquitetura na obra de Morris Lapidus, no entanto, ficou pendente, mesmo em um momento histórico que a crítica da arquitetura se abria para o debate. Diante do controverso cenário, Scully (1973, p. 8, tradução nossa) concluiu: “Não estou certo se a nossa geração pode desvendá-la.” Cabe a este trabalho buscar desvendá-la.

2.2.2 A atenção à escala humana do usuário: a arquitetura formativa de Morris Lapidus

A partir da segunda metade da década de 1960, a crítica da arquitetura amplia a sua perspectiva com a transição do Modernismo ao Pós-Modernismo, particularmente, com a publicação em 1966 do texto seminal *Complexity and Contraction in Architecture*³⁸ de Robert Venturi. O historiador de arquitetura Vincent Scully, que definiu a arquitetura como uma sucessão de diálogos entre gerações que criam um ambiente ao longo do

³⁸ Cf. Nota 32 deste Capítulo 2.

tempo, publicou em 1969 *American Architecture and Urbanism*³⁹, um livro que traça a evolução do projeto norte-americano a partir das raízes europeias até a contrarrevolução do Pós-Modernismo, que teria liberado o Modernismo do então recente reducionismo e dominância do *International Style*.

No fim da década de 1960, renova-se a atenção à *Main Street* das cidades norte-americanas, particularmente, pelo interesse à escala humana do usuário. A obra de Morris Lapidus surge como um surpreendente informante a uma sensibilidade em desenvolvimento, associada a um legado de complexidade e controvérsia. Até o começo da década de 1970, Lapidus tinha sido ignorado ou misteriosamente dispensado por historiadores, críticos e colegas. A arquitetura do século XX, nos Estados Unidos, o ignorou e ensaios cruciais sobre os criadores de novas formas da proeminente arquitetura daquele momento histórico não o mencionaram. Em um texto revelador—inédito, não publicado e de acesso reduzido⁴⁰—, *Morris Lapidus: Architecture as Intentional Nonsense*⁴¹, o historiador de arte e arquitetura John W. Cook, na época colega de Vincent Scully na *Yale University*, redescobriu o conjunto das lojas de Morris Lapidus, predominantemente construídas durante a Depressão.

À frente da histórica controvérsia gerada pela obra de Morris Lapidus, John Cook ([1970?], p. 0), já no início do seu texto, apontou a mais fundamental revelação do seu ensaio: “a princípio não é necessário argumentar que Morris Lapidus seja um grande

³⁹ Cf. SCULLY, Vincent. **American Architecture and Urbanism**. New York: Henry Holt and Company, 1969.

⁴⁰ A única cópia desse artigo, acessível ao público, pertenceu originalmente ao acervo pessoal de Morris Lapidus, provavelmente doada ao arquiteto pelo autor. Atualmente, essa cópia faz parte da Coleção Especial “Morris Lapidus Papers”. Cf. “Morris Lapidus Papers”, Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY, Estados Unidos.

⁴¹ COOK, John W. **Morris Lapidus: architecture as intentional nonsense**. [1970?]. 66 p. A departmental paper - Department of History of Art, Yale University, New Haven, [1970?]. Este ensaio, não datado, indica ser produto da pesquisa de Cook sobre Morris Lapidus e de uma entrevista com o arquiteto em 1969, que foi publicada em seu livro de 1973, *Conversations with Architects*, com co-autoria de Heinrich Klotz. Cf. COOK, J. W.; KLOTZ, H. Morris Lapidus & Alan Lapidus. In: _____. **Conversations with architects**. 2nd ed. New York: Praeger Publishers, 1973. p. 147-177.

Em sua biografia de 1979, *An Architecture of Joy*, Lapidus mencionou que no começo de 1970 John Cook, quando trabalhando na sua tese de doutorado, teria consultado com Vincent Scully, o chefe do *Department of Art History* da *Yale University*, sobre o seu tema de pesquisa. Scully teria recomendado a Cook devotar a sua tese à arquitetura de Lapidus. Segundo Lapidus, o título da tese de Cook teria sido *Morris Lapidus: Architecture as Intentional Nonsense*. No entanto, nenhuma informação adicional foi encontrada que esse ensaio de Cook tenha se tornado em uma tese de doutorado (LAPIDUS, 1979, p. 80).

arquiteto nem o defender como um artista sério. Nenhum esforço seria, em qualquer sentido tradicional, bem-sucedido.” Primeiramente, para o autor, era fundamental notar o trabalho de um arquiteto que havia sido a “figura central da história do estilo popular no século XX”. Cook argumentou que um arquiteto trabalhando ao nível do pedestre inevitavelmente se tornaria uma influência no “estilo” do homem comum norte-americano. Ele destacou que o público estava fatalmente suscetível a aprender sobre o mundo do *design* a partir das vitrines do comércio e da promoção de vendas de produtos estimuladas por seus projetos de lojas. De acordo com a extensa pesquisa de Cook, Lapidus foi o primeiro arquiteto a estabelecer o vocabulário desse mundo⁴².

É importante notar novamente que, pela primeira vez na história da arquitetura norte-americana, a obra de Morris Lapidus foi valorizada por um crítico respeitado, associado a uma instituição norte-americana influente. Cook destacou o valor da obra de Lapidus devido à sua aproximação ao público norte-americano — um público até então ignorado pela arquitetura moderna. Ele acrescenta ser inútil tentar argumentar sobre a qualidade na obra de Morris Lapidus, “em qualquer sentido tradicional” — referindo-se à recorrente crítica fundamentada em valores modernistas estabelecidos pelo *International Style*. O ensaio foca na contribuição da obra de Lapidus à história da arquitetura e desbanca a polêmica sobre ela que gerou a sua omissão pela crítica da arquitetura por quatro décadas.

Outro aspecto importante, destacado por Cook, refere-se ao fato de que, embora Lapidus estivesse consciente de que seus projetos para lojas eram bem-sucedidos porque eles promoviam vendas para os seus clientes, o arquiteto não acreditava que a sua obra fosse “arquitetura”. Lapidus mostrava-se estranhamente constrangido sobre o seu período de lojas. O trabalho com projeto de lojas era uma mera função de desenhistas e não de arquitetos, e não requeria um diploma de arquitetura. Ele o considerava um período fora da sua profissão onde ele teria encontrado soluções de projeto para necessidades pragmáticas. Lapidus caracterizou esse período de sua carreira como um

⁴² John Cook disse à Morris Lapidus, durante a sua entrevista com o arquiteto, que resultou no livro *Conversations with architects* que “Um cuidadoso estudo de todos os *journals* de arquitetura nos Estados Unidos entre 1925 e 1935 indicam, claramente, que ninguém estava à sua frente” (COOK; KLOTZ, 1973, p.164).

“*sellout*”, termo empregado por ele que conota seu sentimento de desaprovação em relação ao seu trabalho. Projetos de lojas, devido à sua efemeridade, não eram considerados arquitetura. Com seus projetos de fachadas e interiores para o varejo, ele não estaria desempenhando propriamente a função de um arquiteto. Ele acreditava não ser suficientemente bom para ser arquiteto e que estaria, portanto, divergindo da sua profissão. O termo *sellout* também denota infidelidade e falsidade, associadas a projetos do cotidiano que promoviam o comércio e, portanto, não teriam validade arquitetônica quando comparados aos edifícios monumentais que deixavam a marca do arquiteto, um valor ditado pela classe dominante da arquitetura moderna norte-americana naquele momento histórico.

Durante o seu curso de arquitetura na *Columbia University*, em Nova York, embora a sua turma fosse formada somente por treze alunos, Lapidus sentia-se um estranho, não integrado ao grupo, na sua maioria formado de jovens graduados por *Liberal Arts Colleges* das universidades de *Princeton*, *Harvard* e *Yale*. “‘Gentlemen’ entrando uma profissão de ‘gentlemen’.” O fato de ele ter completado somente dois anos de educação *Liberal Arts*, tendo sido a maioria dela devotada ao estudo de teatro no *Washington Square College*, exacerbou em Lapidus (1979, p. 54) o seu aprisionamento ao seu sentimento de inferioridade, já profundamente enraizado na sua condição de imigrante russo, residente de um gueto de judeus no Brooklyn, em Nova York.

Lapidus passou os quinze anos do início da sua carreira nas *Main Streets* das cidades norte-americanas porque ele acreditava que não pudesse fazer mais. Ele escolheu construir “edifícios dispensáveis”, “*instant architecture*”, “espaços para atividade humana em escala humana” (Cook, [1970?], p. 1-2). No entanto, Cook destacou em seu ensaio que, nessa época, Lapidus produziu o que talvez tivesse sido a sua melhor contribuição. Para o historiador, quando Lapidus acreditava ter “vendido a sua alma”, ele teve, ao mesmo tempo, a liberdade para experimentar, introduzir novas ideias e errar. Ele sabia que suas lojas não eram para ser monumentos duradouros. Elas eram, em um sentido, uma arquitetura efêmera, edifícios com fachadas imaginativas e entradas convidativas que poderiam desaparecer em cinco anos. Sem o peso da responsabilidade em acertar, já que Lapidus não via valor nos seus projetos de lojas, seus limites se estenderam. Suas lojas foram bem utilizadas, tornando-se parte do ambiente do cotidiano do

público norte-americano. A sua função profissional era a de atrair o olhar de um possível cliente, retirá-lo da rua para o interior da loja e encorajá-lo a consumir. Lapidus se posicionou entre o comerciante, solicitando uma eficiência imaginativa, e o pedestre, em busca de emoção. Durante esses anos Lapidus tentou construir o que ele entendia que o público desejasse e pudesse gostar e desfrutar.

A pesquisa de Cook recuperou o conjunto de lojas de Lapidus que definiu um novo caráter à *Main Street* das cidades norte-americanas durante o período 1928-1943. Cook ([1970?], p 0) afirmou ser inútil discutir a qualidade da obra de Lapidus sob os parâmetros definidos pela crítica arquitetônica fundamentados nos cânones do *International Style*: “Enquanto vidro e aço nos encaixotavam dentro da utopia mecânico-eletrônica, Lapidus agressivamente projetou e construiu *intentional nonsense*⁴³ para nossa reação e prazer.” O título do seu ensaio esclarece ser injustificável, até então, o recorrente criticismo negativo à obra do arquiteto: *Morris Lapidus: Architecture as Intentional Nonsense*. As soluções de projeto de Lapidus que pareciam ser um contra-senso à crítica, na realidade sempre foram intencionais. Daí a fúria de arquitetos e historiadores que nunca o perdoaram. Cook acreditava ser irônico que o criticismo de reprovação sobre a obra de Lapidus focasse em aspectos que o arquiteto almejava (intencionais) e justificados por parâmetros equivocados (análises sob o dogma formalista modernista).

Seu texto revelador destaca a contribuição dessa arquitetura formativa de Lapidus em um momento histórico de redescoberta das questões voltadas ao consumidor do varejo, ao interesse pela atividade humana, ao informante gosto do público, a um estilo popular e ao vernacular. No entanto, o historiador não concluiu em seu ensaio se a obra de Lapidus tenha sido “boa arquitetura”, evitando o incômodo de dar continuidade à polêmica discussão sobre “gosto em arquitetura”, tão fortemente sedimentada por Alfred Barr, desde 1932, com a mostra *Modern Architecture: International Exhibition*. No entanto, Cook ([1970?], p. 0-1, tradução nossa) evidenciou que “Lapidus passou, em certa extensão, para melhor ou para pior, a determinar o gosto do público.”

⁴³ O termo “*Intentional Nonsense*” foi retirado da entrevista do autor com Morris Lapidus e é discutido no decorrer deste trabalho como um aspecto da obra de Morris Lapidus. (COOK, [1970?], p 0, tradução nossa).

Figuras 13 a 15—Lojas de Morris Lapidus: *Mangel's*, Miami, FL, 1942; *Holly Stores*, Utica, NY, 1949; *National Shoes*, Nova York, NY, 1953.

Fonte: Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C.

Figuras 16 e 17—Lojas de Morris Lapidus: *London Character Shoes*, Brooklyn, NY, 1948; *Sachs Quality Furniture Inc.*, Nova York, NY, 1940.

Fonte: Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C.

2.3 PARADIGMAS EM CONFLITO

Após a releitura do *International Style* e a apresentação da crítica humanista sobre a obra de hospitalidade de Morris Lapidus, apresentamos a obra do arquiteto sob a perspectiva da dialética entre esses dois sistemas de pensamentos.

2.3.1 Dialética entre as críticas moderna e pós-moderna: a imagem da arquitetura de Morris Lapidus em Nova York e Miami Beach

Os projetos para os escritórios e o bar privado da empresa *Seagram* (1936) em Nova York, os hotéis de Miami Beach (1949-1956), o retorno a Nova York com os hotéis *Summit* (1961) e *Americana-New York* (1962) e as exposições solos em Miami (1967) e em Nova York (1970) ilustram como a sua arquitetura foi interpretada nos contextos distintos das cidades de Nova York e Miami Beach.

2.3.1.1 Em Nova York: a imagem *Seagram*, de Lapidus (1936) a Mies (1958)

Morris Lapidus nunca foi um purista, nem com respeito à própria singularidade do seu estilo. A sua falta de purismo, na realidade, deve-se a sua inata perspicácia em saber captar o desejo do seus clientes e usuários e materializá-lo nos seus projetos, cujo resultado define a imagem que cada obra de arquitetura deva emanar. Essa habilidade de Lapidus, refletida nos seus projetos de lojas de varejo, ampliou a extensão do seu trabalho junto à empreiteira *Ross-Frankel*. Nos anos seguintes ao fim da Proibição nos Estados Unidos, em 1933, Lapidus desenvolveu projetos para o grupo da destiladora de *whisky* canadense *Seagram/Distilled Spirits Institute*, que visava expandir seus negócios e aliviar o seu estoque no país vizinho. Em 1934, Lapidus projetou os interiores dos escritórios da sede da *Seagram* que ocupavam três andares do edifício *Chrysler*; em Nova York; e, em 1936, o bar privado da *Seagram*, um anexo dos escritórios para degustação de *whisky*. Com esses projetos as raízes de Lapidus foram plantadas e iriam desenvolver-se em um terreno dissimilar e contraditório ao terreno do *International Style*.

Para o bar privado da *Seagram*, Lapidus projetou de “maneira moderna”. Pela implementação do seu método de projeto para as suas lojas, ele chegou a uma solução arquitetônica profissional madura em que seus temas foram eficazmente planejados: recortes circulares na parede de fundo iluminada, a parede ondulada como tela para um mural e o balcão do bar estendido em uma longa curva.

Figura 18—Interior do Bar *Seagram*, *Crysler Building*, Nova York, NY, 1936.

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY. Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc.

Com seus interiores para os escritórios da sede da *Seagram*, seu projeto visava expor ao público uma nova imagem de uma empresa cujo produto saía da ilegalidade por mais de uma década. Historicismo emergiu como solução de projeto. Ele criou um interior a

partir do passado histórico para refletir opulência e qualidade. Os escritórios foram feitos em um autêntico estilo *Elizabethan*. Lapidus (1996, p.116) explica: “Para a empresa *Seagram*, recém-chegada no edifício *Chrysler*, eu desejava comunicar, de maneira distinta, uma sensação de época.” Para tanto, as lareiras falsas tinham acabamento em carvalho fumado e os painéis, também de carvalho, eram decorados com frisos em relevo. Lapidus não era inexperiente em projetar interiores opulentos. No seu último ano como aluno na Columbia, enquanto trabalhando na firma *Warren and Wetmore*, Lapidus projetou um banheiro *Louis XV* para o apartamento de *K. Vanderbilt* em Nova York. Aparentemente a imaginação grandiosa o levou ao extremo porque *Vanderbilt* recusou o projeto no seu começo alegando que ele não poderia pagar. Como ele o colocou, “*I am a Vanderbilt, not a Rockefeller*” (MILLSTEIN, 1957, p. 42; LAPIDUS, 1979, p. 62; LAPIDUS, 1996, p. 69).

Os escritórios de Lapidus para a empresa *Seagram* foram descritos no *The New York Liquor Retailer*, em 1937. A manchete anunciava: “Um pouco das ‘linhas’ do mundo velho em arranha-céu moderno” (THE OFFICE..., [1937?], não paginado, tradução nossa)⁴⁴. Quando a sede foi inaugurada a ironia e a surpresa com o projeto foram insinuados no artigo. “Dentro deste triunfo de modernidade existe um autêntico castelo. Seus pesados painéis de carvalho e massivos entalhes surpreendentemente contrastam com o aço e cromo do edifício em 1936” (THE OFFICE..., [1937?], não paginado, tradução nossa). O interior luxuoso foi uma surpresa e um símbolo. Da mesma forma que a fachada das suas lojas da *Main Street* era um *outdoor*, o ambiente interno dos escritórios *Seagram* era também um espaço-propaganda. “Álcool tinha que ser respeitável”, explica Lapidus. Com referência ao “castelo” no *Crysler*, o artigo conclui, “A sede da *Seagram* e os arquitetos devem estar orgulhosos do seu trabalho manual. Pelo tempo e habilidade que devem ter sido empreendidos nesse castelo estão as várias qualidades em fazer *whiskies* finos” (THE OFFICE..., [1937?], não paginado, tradução nossa). Lapidus, com as suas “linhas do mundo velho em um arranha-céu moderno” teve êxito com seu projeto, posto que resgatou a imagem séria e respeitada da antiga destiladora de

⁴⁴ Recorte do artigo encontrado, sem data, não-paginado, na coleção “Morris Lapidus Papers”, Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY.

whisky no fim da Lei Seca. Na releitura pós-moderna de John Cook ([1970?], p. 18, tradução nossa): “O edifício *Crysler* foi entusiasticamente conhecido como ‘um tributo para tudo que é novo’ e a aparência Tudor dos interiores dos escritórios *Seagram* nesse edifício oferece um momento irônico em arquitetura que mexeria com a caneta poética dos arquitetos na década de 1970 como Robert Venturi e Charles Moore.”

Samuel Bronfman, proprietário da *Seagram*, era uma das mais proeminentes figuras do mundo dos negócios. Duas décadas depois, por meio da influência de sua filha, Bronfman contatou Mies van der Rohe para construir o edifício *Seagram* na *Park Avenue*, Nova York, em 1958. Philip Johnson, então devoto de Mies, havia trazido o trabalho do arquiteto alemão à atenção da filha de Bronfman quando o lote e as propostas de projetos estavam sendo discutidas. “Se Mies van der Rohe pensou do seu edifício *Seagram* como um *outdoor* para *whisky* fino, ele estava continuando uma tradição”, observou Cook ([1970?], p. 19). A imagem Mies do edifício *Seagram*, símbolo do *International Style*, foi a que foi registrada pela historiografia. “Em vinte anos, a imagem *Seagram* mudou dos interiores de Lapidus a um templo Miesiano, e nessa progressão está o material de que a mitologia contemporânea é feita” (COOK, [1970?], p. 18, tradução nossa). A imagem Lapidus dos escritórios da sede da empresa, que restituiu a imagem da *Seagram* como destiladora de *whisky* no mercado norte-americano, nunca foi além da ironia registrada pelo jornal nova-iorquino *The New York Liquor Retailer*.

2.3.1.2 De Nova York a Miami Beach: a imagem hotel-balneário de Lapidus, 1949-1956

A repercussão do sucesso das lojas de Morris Lapidus espalhou-se pelo setor da hospitalidade. O vice-presidente da *A. S. Beck Shoes*, entusiasmado com os resultados dos projetos de Lapidus para as suas lojas, apresentou-o a Ben Novack, empreendedor do hotel *Sans Souci*, em Miami Beach, em 1949. Em 1954, Novack contrataria Lapidus para o projeto do hotel *Fontainebleau*.

O hotel *Sans Souci* estava construído em 1949, mas seus interiores não haviam agradado Novack. Lapidus foi levado de Nova York a Miami Beach como consultor, na condição de arquiteto associado, para “melhorar” os interiores do hotel. Naquele mo-

mento, ele já era conhecido como um profissional que pudesse oferecer “*glamour*” e “emoção” aos projetos de interiores das lojas. Lapidus revisou o projeto da fachada do *Sans Souci* e transformou os seus interiores. Ele revestiu o volume vertical da fachada com terra cota verde, criando uma tela para o grande letreiro que anunciava o nome do hotel, um recurso gráfico que ele havia desenvolvido para os seus projetos de lojas. O *Sans Souci* apresentava uma nova abordagem para o projeto de hotel. Em estilo “*Modern*”, era muito distinto dos hotéis e edifícios de apartamentos de Miami Beach que vinham sendo projetados em estilo *Art Deco* desde os anos 1930 até o final da década de 1940.

Com o sucesso imediato do *Sans Souci*, Lapidus começou uma nova fase da sua carreira profissional, em que seus projetos de modernização da fachada e dos interiores das lojas se estenderam aos hotéis. Os temas e recursos de projeto utilizados em suas lojas redefiniram a atmosfera dos saguões, espaços abertos e públicos dos hotéis de Miami Beach. As colunas do *Sans Souci*, originalmente quadradas, foram arredondadas e alargadas. Lapidus transformou as ordinárias colunas do saguão do hotel em ornamento, revestindo-as com “*segiola*”, um acabamento marmorizado em vermelho profundo. A larga sanca de iluminação circular ao redor da coluna fez desaparecer o seu aspecto estrutural, um artifício de leveza que servia para expandir o pé-direito do saguão. O uso das curvas foi ampliado para a escada circular do saguão inferior do hotel. As áreas circulares acarpetadas ilhavam as áreas de espera do saguão, cujo piso era em *terrazzo* (granilite) com mármore vermelho. As colunas vermelhas e a cor rosa do espesso carpete causaram sensação em um momento que a norma dos hotéis era a linha reta e a abstenção de cor⁴⁵. Da mesma maneira que Lapidus usou a composição de círculos concêntricos para a coluna e sanca de iluminação, ele também criou longos sofás curvilíneos concêntricos com os carpetes circulares. A forma em ameba da mesa de centro era remanescente dos surrealistas abstratos, o “*woggle*”. Para o bar do *Sans Souci*, Lapidus usou a sua longa curva ondulada no balcão, na parede de fundo e no forro.

⁴⁵ Notas de Morris Lapidus às fotografias. Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

Figuras 19 a 22 — Hotel *Sans Souci*, Miami Beach, 1949. Fachada principal e saguão principal.

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY. Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc.

Para criar um ambiente “sob medida” para os trópicos—afinal a Flórida tem um clima subtropical—, Lapidus introduziu no projeto uma área elevada que ilustrava um jardim tropical. Para ampliar a ilusão, ele usou gaiolas de pássaros em forma de globo, montadas nos seus “*bean poles*”, solução anteriormente usada nas suas lojas para expor mercadorias, como na loja *Ansonia* de Miami Beach (1947). Os globos do *Sans Souci* serviram para criar um cenário tropical e, principalmente, para vender uma mercadoria aos usuários do hotel: a “tropicalidade” de Miami Beach. O rebaixo do forro, acima desse “jardim tropical”, ofereceu a Lapidus a oportunidade de incluir a sua solução preferida para iluminação: a sanca, que pode hoje parecer comum, mas foi uma ideia de projeto “revolucionária” para o hotel-balneário naquele momento.

Figura 23—Hotel *Sans Souci*, Miami Beach, 1949. Jardim tropical.

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

Durante os próximos quatro anos (1949-1952), Lapidus ampliou o seu escritório em Nova York com as novas demandas de projeto e viajava para Miami Beach para "medicar" projetos de hotéis de outros arquitetos. Nessa fase da sua carreira, Lapidus se notabilizou como "*hotel doctor*". Como arquiteto associado, a sua função era revisar os projetos das fachadas e dos interiores dos edifícios projetados por outros arquitetos, durante a fase final de projeto e construção dos edifícios. O objetivo era que Lapidus "completasse" os projetos de maneira a trazer "emoção" à arquitetura tipo "caixa" projetada por outros arquitetos. Era o mercado de Miami Beach rejeitando as normas ditadas pelo *International Style*. O sucesso imediato de Lapidus em Miami Beach resultou em novos projetos para os hotéis *Algiers* (1951), *Biltmore Terrace* (1951), *Flagler* (1952) e *DiLido* (1953).⁴⁶

⁴⁶ Em 1957, também como arquiteto associado, Morris Lapidus recebeu novos contratos para os hotéis *Shelbourne*, *Biscayne Terrace* e *Deauville*.

Figuras 24 e 25 — Hotel *Algiers*, Miami Beach, 1951. Exterior, vista da fachada principal (à esquerda) e vista geral a partir do Oeste (à direita).

Fonte: Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C.

Figuras 26 e 27 — Hotel *Algiers*, Miami Beach, 1951. Interior, saguão principal com elemento tropical decorativo aos fundos, um viveiro para papagaios (à esquerda). Entrada do saguão principal, com recepção à direita. Tapete em forma livre (*woogle*).

Fonte: Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C.

Figuras 28 e 29 — Hotel *Algiers*, Miami Beach, 1951. Interior, detalhe do bar, forro em forma livre (*woogle*) e mural, elementos comuns em seus projetos desde o projeto para o bar privado *Seagram*, Nova York, de 1936 (à esquerda). Detalhe dos aquários nas paredes de um *hall*, solução utilizada para as composições de vitrines e iluminação com arandelas das paredes dos seus projetos de lojas. Também notar a composição em paredes diagonais utilizadas no pavilhão da *Distillers Institute* na Feira Mundial de Nova York, 1939 (à direita).

Fonte: Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C.

Figuras 30 e 31 — Hotel *Biltmore Terrace*, Miami Beach, 1951. Exterior, vista geral a partir do estacionamento. Notar o conceito de hotel dos anos 1950 para a classe média, que foi estimulado pela popularização do automóvel, pela abertura de vias expressas interestaduais e pelo incentivo às férias, decorrente da reformulação das leis trabalhistas (à esquerda). Detalhe da entrada, com destaque à cobertura, elemento cilíndrico à esquerda, uso de quebra-sol, letreiro que transforma a fachada do hotel em um *outdoor* (à direita).

Fonte: Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C.

Figuras 32 e 33— Hotel *Di Lido*, Miami Beach, 1953, exterior (à esquerda) e interior (à direita).

Fonte: Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C.

Figuras 34 e 35— Hotel *Di Lido*, Miami Beach, 1953. Interior, vista geral do saguão principal, com destaque ao tratamento da coluna, o forro em forma de ameiba (*woogle*), iluminação indireta por sancas de iluminação. Notar a parede com revestimento de bambu, e com vitrines circulares, recurso usado no Bar Privado *Seagram*, Nova York (à esquerda). Interior, vista geral do saguão principal, com destaque às floreiras em formato quadrado à esquerda, recurso remissente das vitrines das suas lojas. Aqui, as vitrines não buscam expor produtos como sapatos, mas promover o conceito de tropicalidade (à direita).

Fonte: Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C.

A repercussão local do seu sucesso como “*hotel doctor*” culminou no seu primeiro projeto como arquiteto independente, o hotel *Fontainebleau*, em 1954. Vizinho ao *Fontainebleau*, em Miami Beach, está o hotel *Eden Roc*, de 1955, de Lapidus. No ano seguinte, erigiu-se o seu terceiro hotel, o *Americana-Bal Harbour*, de 1956, imediatamente ao norte de Miami Beach.

Figuras 36 e 37 — Hotel *Fontainebleau*, Miami Beach, 1954, exterior, fachada principal (à esquerda). Interior, saguão principal (à direita).

Fonte: Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C.

Figuras 38 e 39 — Hotel *Eden Roc*, Miami Beach, 1955, exterior, fachada principal (à esquerda). Interior, saguão principal (à direita).

Fonte: Fotografia de Ezra Stoller, 1956; Esto Archives.

Figuras 40 a 43—Hotel *Americana-Bal Harbour*, 1956, exterior. Entrada principal e área de recreação com vista ao mar (à direita). Interior, saguão principal e terrário.

Fonte: Fotografia de Ezra Stoller, 1957; Esto Archives.

Em 1963, o *American Institute of Architects* (AIA) escolheu Miami para a sua convenção anual. Os membros da instituição foram recebidos, alojados, e entretidos no hotel *Americana-Bal Harbour*. Sete anos após a sua inauguração, os arquitetos visitantes criticaram o projeto severamente. Ironia ou provocação, o tema da convenção era “A Busca por Qualidade em Arquitetura”. A abertura do evento foi no grande salão de baile do hotel. Os panelistas escolheram o hotel *Americana-Bal Harbour* para apontarem, segundo seus parâmetros, o que eles não consideravam boa qualidade em arquitetura. O arquiteto inglês Sir Basil Spence disse: “Assim que eu me aproximei do hotel, eu pensei que ele iria me morder.” Robert Anschon, arquiteto da Califórnia, comentou: “Este hotel é construído com materiais de qualidade duvidosa, ralos e baratos. É incompetente, desconfortável e um momento de vulgaridade.” O antropólogo de Washington, Dr. Edward Hall, cuja participação estava na sua contribuição à discussão da relação entre

o homem e o meio ambiente, comentou que um ninho de aves seria de qualidade arquitetônica superior à do seu quarto no hotel.” O crítico de arte do *Post-Dispatch* de St. Louis, George McCue, acrescentou: “Privacidade, obviamente, não foi considerada neste hotel. Eu atendi meu telefone duas vezes quando o somido vinha do quarto do meu vizinho” (MARGOLIES, 1970, não paginado). No final do seminário, durante a sessão de perguntas, Lapidus, ainda anônimo para muitos dos presentes, foi ao microfone e se apresentou calmamente:

Senhores, meu nome é Morris Lapidus e eu sou o arquiteto que projetou este hotel.” [...] Eu devo estar entrando na jaula do leão, mas eu gostaria de fazer uma pergunta aos eminentes membros do painel. Este hotel não é, por nenhum estiramento da imaginação, uma obra-prima da arquitetura, nem teve ele a intenção de ser. Ele foi projetado para pessoas que querem vir aqui e se divertir, ter um momento de felicidade e, me referindo às muitas pessoas que vem aqui, todas elas tem o mesmo comentário — ‘nós amamos o seu hotel, nós estamos passando uma temporada maravilhosa.’ Este edifício foi construído sob um custo limitado. [...] Mas, a questão que eu coloco é esta. É a qualidade na arquitetura somente aquela que pode ser vista de fora ou pelos olhos da câmera, ou qualidade em arquitetura também deve pressupor as emoções e os sentimentos das pessoas que vem a este hotel? As duas, na minha opinião, são compatíveis. As pessoas querem uma arquitetura que lhes ofereça prazer, tanto fora do edifício como nos interiores. Quando confrontado com um problema, onde custo e muitos outros fatores tornam quase impossível de criar, o que vem a ser qualidade em arquitetura? Não é também esse senso de qualidade que se reduz ao conforto humano, à satisfação emocional humana e a um senso de felicidade; não é isso também parte da qualidade em arquitetura? (LAPIDUS, 1996, p. 236, tradução nossa).

Anschoon respondeu que falta de fundos não era desculpa pela falta de privacidade sonora, mas que a razão que tantas pessoas gostavam do edifício é que ele tinha um senso de carnaval e diversão, e que isso, provavelmente, era o seu melhor atributo. E, por essa qualidade, ele parabenizou Lapidus. Sir Spence disse que ele presumia que certa quantidade de vulgaridade era necessária para fazer com que uma pessoa comum se divertisse.” Gorge McCue, por sua vez, comentou positivamente sobre o hotel, que tinha sido projetado perfeitamente para nos fazer sentir “*away from home*” (LAPIDUS, 1996, p. 237, tradução nossa). Mais uma vez, como havia observado John Cook, a arquitetura de Lapidus havia sido criticada por questões adversas ao seu objetivo. Para finalizar, Lapidus disse ao grupo para não levar o edifício tão a sério. Ele acrescentou que a única questão importante para ele era se eles estavam se divertindo e desfrutando

do hotel. Aplausos seguiram. Lapidus havia levantado o ponto essencial de como ele via o seu trabalho e, nesse dia, ele havia vencido essa emotiva batalha.

Seguindo a convenção, Lapidus recebeu uma carta do editor da revista do AIA, Joseph Watterson, que escreveu:

Deixe-me lhe parabenizar pela fina delicadeza com que você lidou com os comentários negativos e cáusticos sobre o seu hotel. Foi uma maneira fina que propriamente silenciou os seus críticos [...]. Pessoalmente, eu gostei muito do seu edifício — e eu *não* escutei o telefone ou o encanamento do quarto vizinho ao meu”. O presidente do AIA escreveu que ele havia ficado satisfeito que Lapidus surgiu da platéia e fez o seu comentário no fim do seminário. “[...] Muitos de nós o aplaudimos, não somente pela sua coragem, mas pelo seu excelente bom humor. Além do mais, devido ao seu breve discurso, eu acredito que ambos, os panelistas e os participantes, tornaram-se bem mais informados. [...] nós tivemos uma estadia excelente no seu hotel Americana (LAPIDUS, 1996, p. 237, tradução nossa).

Entre a polarização de comentários negativos e elogios imparciais, Alfred Bendiner, arquiteto da Filadélfia, escreveu um artigo sobre o *Americana-Bal Harbour* para a revista do AIA. Diante da surpresa causada pela simpática apresentação de Lapidus em meio à calorosa difamação do *Americana* pelos seus colegas, o incidente teve mais repercussão do que a própria convenção. Bendiner começou o seu texto, assumindo o risco de ser “punido” pela instituição: “Eu sei que eu faço parte de uma minoria, como *Fellow* do *American Institute of Architects*, em dizer tal ultraje e é provável que eu “leve um chute do *Club* e minha barba seja arrancada”:

Do ponto de vista arquitetônico, nós poderíamos aprender muito e muito temos que aprender porque a maioria das pessoas com gosto popular que habitam esses lugares [referindo-se à Miami Beach] nunca ouviram falar de Le Corbusier [...]

Em lendo os recortes de jornal na Europa [referindo à convenção realizada no hotel *Americana-Bal Harbour*], eu notei que alguém “flertou” o arquiteto hotel-anfitrião, um membro do AIA, chamado Morris Lapidus. É claro, os jornais ficaram muito interessados nele, quando, na verdade, eles deveriam ter relatado o “A Busca por Qualidade”. Eu acredito que o Sr. Lapidus respondeu brilhantemente, indicando o que eu tenho observado que, em grande parte, os arquitetos velhos são muito bitolados para curtir Miami Beach e, em primeiro lugar, não deveriam nem ir lá. Eu invejo a arquitetura do Sr. Lapidus porque eu não posso fazer isso, e porque ele parece estar se divertindo muito, e mais, ele tem uma clientela que entende e encomenda mais. (LAPIDUS, 1996, p. 237-238, *itálico do autor*, tradução nossa).

O *Americana-Bal Harbour* foi a mais pura criação Lapidus. Ele representou na sua decoração estilos e símbolos de vinte e uma nações das Américas e Canadá.⁴⁷ Portanto, o *Americana* permaneceu o “*locus classicus*”⁴⁸, do que os críticos não gostavam no seu trabalho e que, paradoxalmente, agradava muito o seu público. Foi em resposta a esse hotel que Gilbert Milstein (1957, p. 26), na revista do *New York Times* cunhou a frase “Lapidus é o epítome do apogeu”. Um mundo nas garras do *International Style* provavelmente não concordaria que Lapidus estivesse até na mesma órbita.

2.3.1.3 De Miami Beach a Nova York: a imagem *Summit*, 1961

O *Americana-Bal Harbour* foi o primeiro hotel que Lapidus projetou para os irmãos Larry e Robert Tisch, proprietários do *Lowe's Theatres, Inc.* Eles levaram Lapidus de volta a Nova York para construir o hotel *Summit*, inaugurado na avenida *Lexington*, em 1961. Já na virada de década, as ilhas do Caribe haviam sido pontuadas com os hotéis de Lapidus da mesma maneira que as *Main Streets* das cidades norte-americanas haviam sido pontuadas com as suas lojas. Em cinco anos, do *Americana-Bal-Harbour* (1956) até a inauguração do *Summit* (1961), entre um vasto inventário, Lapidus tinha completado cerca de trinta obras entre hotéis e motéis, sendo a maioria delas hotéis-balneários de luxo como o *Aruba Caribbean Hotel* em *Netherlands Antilles* (1956) e o *Arawak Hotel* na Jamaica (1957), bem como o *Voyager Motel* em Miami Beach (1957). Embora seja difícil traçar a influência estilística que Lapidus teve na construção de lojas, o seu método de projeto, desenvolvido e aprimorado ao longo de quinze anos, amadureceu e foi ampliado com o projeto dos hotéis, desde o período como “*hotel doctor*” até o *Fontainebleau*. Portanto, é notável a importância que Lapidus teve no conceito de hotel, na tipologia do hotel-balneário exportada de Miami Beach para o resto do país e o Caribe.

⁴⁷ Não tivesse o hotel *Americana-Bal Harbour* sido demolido em 2007, certamente ele seria atualmente o símbolo da cosmopolita Miami, o mais “americano” de todos os estados norte-americanos e símbolo das Américas por sua posição geográfica.

⁴⁸ Expressão usada por Martin Mayer no seu artigo “The Man Who Put the Rhinestones on Miami.”

Figuras 44 a 48 — Figuras 44 e 45 — *Aruba Caribbean Hotel* em *Netherlands Antilles*, 1956. Exterior, entrada (à esquerda). Interior, saguão (à direita). Figuras 46 e 47 — *Hotel Arawak*, Jamaica, 1957, exterior, entrada da propriedade (à esquerda). Interior, saguão principal (à direita). Figura 48 — *Motel Voyager*, 1957, Sunny Isles, ao norte de Miami Beach, exterior, entrada.

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

O *Fontainebleau* e a produção arquitetônica subsequente, sem precedente, de Lapidus geraram uma sensação imediata dentro do público em geral; e, se suas lojas nunca atingiram a primeira página, os seus hotéis atingiram. O primeiro grande hotel a ser construído em Nova York depois do *Waldorf Astoria*, completado em 1931, foi o *Summit* de Lapidus. Como sendo o primeiro novo hotel em trinta anos em Nova York, houve uma avalanche de publicidade e, naturalmente, uma consequente enxurrada de reação crítica. Ele ganhou atenção através de uma extensiva publicidade em rádio, jornais e revistas, com grande extravagância como: “O primeiro hotel de luxo de Nova York desde o *Waldorf*.” Compará-los foi um exagero e, certamente, uma antecipação por parte dos nova-iorquinos que causou parte do dano a Lapidus. “O meu primeiro contrato para um hotel em Nova York, a minha cidade, quase provou ser a minha ruína [...]” (LAPIDUS, 1996, p. 229, tradução nossa).

Figura 49 — Hotel *Summit*, 1961, Nova York, NY, recorte de anúncio de jornal.

"O primeiro hotel de luxo em trinta anos. Inauguração: julho 1961. O Renascimento das Artes da Hospitalidade. The Summit of New York [endereço]" (tradução nossa).

Figura 50 — Hotel Summit, 1961, Nova York, NY, recorte de anúncio de jornal.

"O SUMMIT marca o Renascimento das Artes da Hospitalidade. No *East Side* de *Manhattan*, o hotel tem 800 quartos e suítes, com amenidades exclusivas como frigo-bar, *closets* privados, telefones em ambos quarto e banheiro, 24 horas de serviços de quarto e recepção. Há três restaurantes especializados... The Gaucho Room, La Casa Del Café, e The Carioca Lounge, e garagem dentro do hotel. [...] The Summit of New York. Lowe's Hotels, Inc. Preston Robert Tisch, Presidente. C.C. Philipps, Vice-Presidente Executivo" (ênfase do autor, tradução nossa).

Fonte: eBay.

O que Lapidus alcançou sob as circunstâncias de projeto é fundamental para entender o que o seu período de hotel significava. Para o *Summit*, ele teve que responder a restrições severas antes de ele encontrar um forte criticismo. “Ninguém poderia construir um convincente hotel de luxo com apenas aproximadamente vinte e um metros de frente na *Lexington Avenue*”. Lapidus deixou uma parede vazia na fachada da *Lexington*, revestida de mármore, da qual ele suspendeu um *display* gráfico escultural que anunciava o nome do hotel. O comprimento do lote foi ampliado pela dobradura da fachada do edifício na rua 51, revestida em padrão de retângulos verde claro, contrastando com a parede verde escuro. O contrastante padrão do quadriculado da parede dobrada quebrou o espaço e animou a rua.

Figuras 51 a 53—Hotel *Summit*, 1961, Nova York, NY. Exterior, cartão-postal promocional para o lançamento do hotel (à esquerda). Exterior (centro). Foto do edifício em seu estado atual como hotel *Double Tree*, mostrando as cores dos materiais originais que tanto assustaram os nova-iorquinos em 1961 (à direita).

Fonte: Figura 51—eBay. Figura 52—Fotografia de Samuel Herman Gottscho, 1961. Figura 53—Pinterest.

Figuras 54 e 55—Hotel *Summit*, 1961, Nova York, NY. Exterior, vista geral a partir do Noroeste (à esquerda). Exterior, vista da entrada ao nível da calçada (à direita).

Fonte: Fotografia de Samuel Herman Gottscho.

Lapidus, originalmente, havia projetado para o pequeno lote — obtido pela demolição do *Lowe's Lexington Theater* pelos Tisch — um simples bloco retangular para essa esquina. Sua primeira proposta, que não conseguiu a aprovação dos clientes, foi determinada diretamente pelo zoneamento — a altura do edifício era fixada pela largura da rua e pela profundidade do terreno —, impossibilitando aumentar o número de andares do edifício. Não havia quartos no hotel suficientes para garantir uma renda contínua adequada, eles alegaram. Lapidus curvou o edifício, criando um edifício ondulado em forma de “S”, aumentando o seu comprimento. Como resultado, ele adicionou trezentos quartos no volume do edifício. A primeira proposta tinha quinhentos quartos, a dobra ofereceu oitocentos no total.

Os críticos aproveitaram esta oportunidade com voracidade e o *Summit* não resistiu ao ávido criticismo. Apesar do *Summit* ter sido o primeiro novo hotel da cidade em trinta anos, e de ter adicionado oitocentos quartos ao limitado suprimento da cidade, o hotel foi julgado como um desastre estético pelo sensíveis e suscetíveis críticos nova-iorquinos. No programa de entrevista de uma hora de Mike Wallace — como moderador do painel com Philip Johnson e Peter Blake, arquiteto e, na ocasião, editor da revista de arquitetura *The Forum* —, Peter Blake resumiu o *Summit* em forma em “S”, dizendo: “Não tenhamos mais danças de cobra na avenida *Lexington*. Do *Summit* há uma longa caminhada até a praia” (MARGOLIES, 1970, não paginado, tradução nossa). “Ele tem um aspecto ligeiramente esverdeado e subaquático”, suspirou Russel Lynes, referindo-se às cores trazidas do sul da Flórida (LAPIDUS, 1996, p. 195, tradução nossa). “O *Summit* verde de Lapidus é simplesmente assustador” (MAYER, 1965, p. 65, tradução nossa). O artigo de Russel Lynes (1963, p. 58-61), intitulado “*New York Hotels (with reservations)*” é um bom exemplo de uma veemência indulgente sobre o edifício. “Fique fora da Rua 51,” ele disse, “o *Summit* chacoalha”, referindo-se à forma em “S” do edifício. Ele comentou sobre o letreiro do hotel: “O *Summit* tem um letreiro que daria justiça a qualquer motel de rua, de Dallas a Fort Worth, ou qualquer casa de boliche em Paramus, Nova Jersey. Nova York não gosta de coisas pobres e espalhafatosas” (LYNES, 1963, p. 59-60, tradução nossa). Os aspectos do projeto da arquitetura que os críticos rejeitaram, na realidade, eram as suas melhores qualidades. As críticas rejeitavam o que Lapidus intencionalmente buscava

no projeto, como havia observado John Cook. Lynes inadvertidamente chamou a atenção para outra contribuição de Lapidus. O criticismo do letreiro é secundário pois Lapidus tinha sido sensível com letreiros em arquitetura desde 1928 com a sua loja *Parisian Bootery*. Se o seu edifício é facilmente identificado, e passa a ser um *outdoor* na rua, e se o letreiro é reconhecível para anunciar o hotel e sua imagem, Lapidus atingiu o que ele vinha procurando fazer por quarenta anos.

Seu primeiro hotel em Nova York, pelas várias limitações do terreno, não competia com a mentalidade de um arranha-céu monumental. Em escala, era uma estrutura baixa interessante, que com seus espaços internos procurou ser moderadamente atraída. Ele estava construindo para o seu cliente e o “homem comum” que buscava diversão e era atraído por ornamentação. Nenhuma noção de um nova-iorquino oposto a um floridiano se impõe. Lapidus era menos purista e menos preconceituoso do que os seus críticos.

O interior, bem como o exterior, eram amostras do “mundo de fantasia” que Lapidus gostava de criar, explicitada neste projeto como uma consequência da demanda dos clientes. Na frente do hotel, de aproximadamente vinte e um metros, o arquiteto teve que incluir, no saguão do hotel, a área de espera da recepção, um salão para aperitivos, um restaurante, um café, uma loja de roupas para homens e outra para mulheres, uma barbearia e algumas salas para reuniões. Lapidus, mais uma vez, fez o impossível diante de uma exigência dos clientes e conseguiu encaixar o programa requerido. Com o espaço exíguo, ele conseguiu manejar em criar outro ambiente Lapidus. “Para dissimular o minúsculo tamanho do saguão, Lapidus cobriu as paredes com o que pode ser descrito somente como um jardim tropical de formas Lapidóides [...]” (MAYER, 1965, p. 65, tradução nossa). A revista *Times* o caracterizou “entre o barroco do *Bronx* e o *Mexicali modrum*” (GUEFT, 1961). “De alguma forma, (...) poderia ser os antigos prédios de apartamentos *Beaux-Arts* dos anos trinta tentando dar uma virada” (LAPIDUS, 1996, p. 195, tradução nossa). Os aspectos do projeto que mais irritaram a crítica, ainda que irônica, estavam relacionados ao uso da cor e ornamentação além da forma sinuosa do edifício. Tais comentários da crítica indicam como Lapidus, com seu êxito, tinha quebrado o molde e forçado um novo valor no coração da cidade de Nova York até mesmo se ele não era bem-vindo.

Lapidus usou todas as suas habilidades de *interior designer* para fazer este saguão para um hotel de oitocentos quartos parecer muito maior do que os seus doze metros de largura. O forro era em grelha decorativa, com quadrados com detalhes em latão, que oferecia luz indireta para o restaurante e bar cujos forros foram rebaixados. O piso era em *terrazzo*; as paredes com painéis de mármore importado tinham um intrincado padrão; e as colunas foram revestidas com madeira rosada *East Indian*, canelada com mármore branco e tecido multicolorido em padrão de batik. As cadeiras eram em acrílico transparente *Lucite*. O carpete multicolorido em padrão de formas livres, bem como, os lustres e luminárias eram projeto de Lapidus. Com as dificuldades do terreno e do programa, Lapidus não somente conseguiu criar um espaço pequeno parecer confortavelmente grande; mas, mais importante, de volta a sua cidade, com seu primeiro hotel, ele não poderia deixar de trazer o encanto Morris Lapidus.

Eu usei uma extensa palheta de cores, móveis de acrílico transparente praticamente invisíveis, e outros truques; tudo em vão. O uso de cores era exagerado para os nova-iorquinos, acostumados com os cinzas sujos e encardidos, e os Tisches queriam que eu mudasse as cores depois da inauguração do hotel, usasse tons de marrons, claros e escuros, e eliminasse o flutuante móvel de acrílico transparente. Nova York não estava preparada para este tipo de coisa (LAPIDUS, 1996, p. 195, tradução nossa).

Larry Tisch, que disse ter amado os interiores, sucumbiu ao "gosto" dos nova-iorquinos e pediu para Lapidus mudar o projeto. Lapidus perguntou se ele preferia uma sala de espera de dentista. Ele não, mas seus hóspedes sim. Lapidus então mudou o projeto. O forro foi mantido, mas a iluminação indireta foi eliminada. O tapete colorido de Lapidus foi todo substituído por outro cinza escuro, usado em toda a área das salas de estar, nas laterais ao piso de mármore da circulação. As cadeiras de acrílico *Lucite* foram substituídas por cadeiras convencionais à la Bauhaus. Os painéis de batik colorido foram substituídos por um tecido marrom e cinza. O saguão de hotel, com seu novo efeito austero nova-iorquino, perdeu a beleza oriunda da vivacidade proporcionada pela cor e iluminação, elementos fundamentais dos interiores de Lapidus.

Figuras 56 e 57⁴⁹ — Hotel Summit, 1961, Nova York, NY. Interior, saguão principal com interior original (à esquerda). Interior, saguão principal com interior modificado (à direita).

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY. Fotografia de Samuel Herman Gottscho.

Olga Gueft (1961, tradução nossa) reconheceu alguns valores no *Summit*. “Algo especial está acontecendo”, ela escreveu. Ela reconheceu o fato de Lapidus ter rejeitado a antiga tipologia de hotel, o típico monolito de granito, bem como a tipologia comum do edifício de escritório de cortina de vidro do *International Style*. Ele valorizou o exterior colorido numa cidade com pouca cor. “Se o *Summit* foi, ou não, um artifício insignificante de falta-de-gosto e contra-senso *kitsch*, há, mesmo assim, uma série intenção além de uma leitura subjetiva de um hotel que reintroduziu uma opção arquitetural dentro do cenário urbano” (COOK, [1970?], p. 53).

Lapidus explicou o *Summit* em uma entrevista para a revista *New Yorker* (1961, tradução nossa):

As pessoas me perguntam que escola de arquitetura eu pertença. Pergunta engraçada! Arquitetura não é uma escola, mas uma correnteza, sem começo nem fim. Eu piso dentro e fora dela quando eu quero. O saguão do hotel tem um tipo de tema clássico, *La Casa del Cafe* é asteca, *Tongue-in-Check* é asteca. Alguns críticos me chamam de sensualista e outros me chamam de emocionalista. [...] Nova York é um lugar difícil de viver. Eu espero que o *Summit* faça com que as pessoas esqueçam isso por um tempo—faça com que elas sintam que estão se divertindo.

⁴⁹ Infelizmente, raramente fotografias em cores dos interiores dos projetos de Lapidus foram encontradas nos arquivos ou publicações pesquisadas pela autora.

Criticar o *Summit* com base no “gosto” é irrelevante. Criticar a obra de Lapidus em geral com base no “gosto” é irrelevante. Criticá-lo com base em estilo dentro de um certo conceito de periodização em arquitetura, como *Beaux-Arts* ou *International Style*, é perder o ponto. Ele não foi, e nunca pretendeu ser, um grande arquiteto representando um grande período de arquitetura. A arquitetura de Lapidus nascia dos seus interiores que o possibilitava trabalhar próximo da escala humana do usuário. Ele introduziu valores positivos na arquitetura, referentes ao ambiente humano, contrários à sua era, que somente passaram a ser investigados devido ao ressurgimento pelo interesse por tais conceitos nos anos 1970.

2.3.1.4 Miami Beach em Nova York: a imagem *The Americana of New York*, 1962

De volta a Nova York, o *Summit* havia recebido a sua negativa aclamação e a cidade esperou ofegantemente pela próxima extravagância de Lapidus: o *Americana-New York*. O *Americana* estava em fase de projeto em 1960, durante a construção do *Summit*, e foi completado em 1962, localizado entre as ruas 52 e 53 na avenida 7 em *Manhattan*. Não era o hotel mais alto do mundo como foi anunciado, mas era um dos hotéis mais altos em concreto armado. Similarmente ao lançamento do *Summit*, o grupo *Lowe's Hotel Inc.*, dos irmãos Tisch, lançou uma propaganda apelativa: “Você pode identificar Estes Oito Hotéis Mais Famosos Do Mundo? 1. Roma; 2. Paris; 3. Londres; 4. Copenhagen; 5. Madrid; 6. Dublin; 7. Tóquio; 8. Veneza?...e inaugurando na quinta-feira, 27 de setembro, 1962, nessa grande tradição destes renomados hotéis internacionalmente...*The Americana of New York*, destinado a tomar seu lugar como um dos mais graciosos e luxuosos hotéis do mundo. E como em um jogo, de pontacabeça no fim da página, listavam as respostas dos nomes dos “oito hotéis mais famosos do mundo”: 1. Excelsior; 2. Maurice; 3. Claridge's; 4. D'Angléterre; 5. Ritz; 6. Shelbourne; 7. Imperial; 8. Danieli Royal Excelsior (tradução nossa).

Figuras 58 e 59 — Hotel *Americana New York*, 1962, Nova York, NY, exterior. Anúncio promocional, em jornais e revistas, para o lançamento do hotel.

Texto da figura 59 — Um hotel magnífico, *The Americana of New York*...50 andares de altura. Grande localidade: em *Mid-Manhattan*, perto do *Rockefeller Center*, lojas da Quinta Avenida, teatros, o novo *Lincoln Center*. Amenidades: serviço de quarto 24-horas, garagem dentro do hotel, recepção, 5 restaurantes internacionais, radio hi-fi, TV, extensão telefônica no banheiro. Bem-vindo! (à esquerda).

Fonte: eBay.

Em Nova York, a estrutura em aço era comum. Quando Lapidus construiu o hotel *Summit*, com oitocentos quartos, ele trouxe para Nova York a tecnologia do concreto armado que ele havia usado em Miami Beach. Mas para o *Americana-New York*,

de cento e vinte dois metros de altura, a construtora e os engenheiros escolheram estrutura em aço, dizendo que somente o aço poderia oferecer estabilidade e resistência aos ventos, necessária para um edifício dessa altura. Lapidus insistiu, dizendo que o aço necessitaria de vigas que adicionariam vinte centímetros e meio por andar. Uma laje plana de concreto serviria como os próprios piso e forro, economizando quase catorze metros na altura do edifício, ganhando pelo menos quatro andares adicionais. A estrutura de aço demandaria dois meses de espera pelo material depois que os engenheiros entregassem os desenhos. Com concreto, poder-se-ia começar a obra dois meses antes. Outra objeção dos engenheiros ao concreto armado, sugerida por Lapidus, era que elevaria o custo da obra em quinhentos milhões de dólares para adicionar resistência aos ventos. Lapidus sugeriu dobrar o edifício para atingir tal estabilidade estrutural e evitar custosos dispositivos para minimizar a força dos ventos. Ele demonstrou com cartões telefônicos: em pé, os cartões cairiam; no entanto, dobrando-os, eles permaneceriam em pé. Os engenheiros enfim concordaram em "dobrar" o edifício, solução previamente usada no *Summit*, cuja estética iria incomodar a crítica mais uma vez.

O método estrutural em concreto armado, portanto, foi usado em vez do aço por ser mais econômico e, principalmente, pela viabilidade em correr dutos de ar condicionado nos vãos das vigas estruturais, permitindo espremer cinquenta andares em uma altura que normalmente acomodaria somente quarenta e dois ou quarenta e três andares em estrutura de aço (MAYER, 1965, p. 66). O incomum elemento visual dentro da cidade tinha uma proposta funcional. Os críticos que disseram que “a coisa parece um pedaço de papelão entortado” não perceberam que ele era por suposto parecer um pedaço de papelão entortado. Se alguém tentar colocar uma carta de jogo em pé, ela cairá. Se ao contrário, alguém primeiro entorta o cartão, ele permanecerá ereto, firmemente; e irá até, se empurrado levemente, resistir à queda, explicou Lapidus (MAYER, 1965, p. 66). Uma série de *croquis* para o *Americana-New York*, desenvolvidos por Lapidus, ilustra o ponto. Em uma afinada reação ao hotel, Russel Lynes novamente representou um ponto de vista crítico relevador: “Este bloco imponente, esta fachada de edifício como um papelão suspenso é tão *americanamente* tanto quanto um posto de gasolina [de estrada] que tremula bandeiras triangulares para

promover a venda de pneus" (LYNES, 1963, p. 60, tradução nossa). Precisamente, a imagem do papelão suspenso foi intencional.

Figuras 60 e 61 — Hotel *Americana-New York*, 1962, Nova York, NY. *What shape Americana?* Croquis de Morris Lapidus, ilustrando as possíveis formas do volume do edifício: vertical, horizontal e grelha, formas instáveis; e dramático, forma estável. Lapidus demonstrou que a forma dobrada provou ser a mais estável estruturalmente, convencendo seus clientes (à esquerda). Três estágios ilustrando porque um edifício “dobrado” tem resistência estrutural à uma possível instabilidade causada, por exemplo, pelos ventos (à direita).

Three stages illustrating why a "bent" building has built-in resistance to overturn.

Fonte: Figura 60—Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY. Figura 61— The Hooded Utilitarian, 2017.

Figuras 62 e 63—Hotel Americana-New York, 1962, Nova York, NY, exterior, vista noturna.

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

A forma, embasamento e escala do edifício são do projeto original de Lapidus, mas os interiores, curiosamente, acabaram não sendo. Os detalhes para os interiores que Lapidus originalmente projetou foram tão alterados a ponto de resultar em uma cópia ordinária e barata do original. Os clientes, contrariados pela avalanche de criticismo sobre o *Summit*, contrataram um arquiteto e decorador semi-aposentado para uma consultoria de decoração. Ele despiu os interiores e deixou a estrutura de Lapidus semivazia, uma torre de cinquenta andares e de dois mil quartos que permaneceu incompleta. A decisão de reprimir a maestria de Lapidus no *Americana-New York* foi um fato desafortunado para a história da arquitetura. Este poderia ter sido a melhor obra do estilo Lapidus se ele tivesse tido a liberdade para criar.

Lapidus tinha planejado guardar a casa de máquinas na cobertura do edifício em uma estrutura diferente do que a cobertura cinza que ofende o panorama da cidade. Ele tinha projetado a fachada da Sétima avenida com uma curva em S, com a entrada para automóveis se projetando em direção à entrada principal e dando destaque à rotunda de vidro na esquina da rua 52; porém, a entrada de carros foi abandonada, e a linha reta da fachada foi empurrada na base para abrir espaço para as lojas, enquanto a rotunda foi deixada como uma protuberância gratuita. Lapidus ainda estava quieto com todas as mudanças, mas a semana que antecedeu a inauguração do *Americana-New York* foi uma das mais deprimidas da sua vida. Em muitas maneiras, este não era o hotel que Lapidus havia projetado (MAYER, 1965, p. 66, tradução nossa).

Figuras 64 e 65 — *Hotel Americana-New York*, 1962, Nova York, NY, exterior, vista diurna. Lapidus introduziu um recorte na esquina do edifício, deixando à mostra o volume circular do *Tea Room*, com vista para a cidade (à esquerda). Exterior, entrada principal, vista diurna, detalhe da entrada do hotel e do volume cilíndrico do *Tea Room*, muito criticado. (à direita).

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

Lawrence Tisch não aprovou o andar duplo para o saguão do hotel. O que vende um saguão de hotel? Lapidus usou os seus recursos de projeto para criar um efeito suntuoso mesmo com o pé-direito reduzido. Para tanto, ele criou profundos domos qua-

drados, folhado em dourado, que refletiam a luz, criando um saguão altamente iluminado. O carpete vermelho conduzia o hóspede da porta de entrada à recepção. O piso geral era em mármore Alabama, com veios pronunciados. As colunas foram revestidas em mármore italiano, Carrara *Arbescato*. A face da bancada de recepção era em mármore italiano, travertino dourado, com frisos em ônix italiano. Somente a camada de materiais de revestimentos de pisos, colunas e paredes foi mantida. A segunda camada de ornamentação foi eliminada do projeto. Permaneceram poucas áreas de estar acarpetadas, mesas de centro com tampo de mármore, sofás em linhas retas simples, sem braço, e poucas luminárias decorativas.

Figuras 66 a 69 — Hotel Americana-New York, 1962, Nova York, NY. Interior, circulação e salas de estar do saguão principal

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY. Fotografia de Samuel Herman Gottscho.

Lapidus era elogiado por clientes, comercialmente inclinados, pela sua tolerância e cooperação. Entretanto, o arquiteto admitiu de que ele fazia concessões demasiadas e com muita frequência. No caso do *Americana-New York* foi um erro concordar e conceder, pelo menos no grau com que ele fez. O orçamento era curto no *Americana-New York* e a eliminação do ambiente Lapidus deve ter sido em parte por pressão financeira. O *Americana-New York* custou na época US\$13.500 por quarto. O *New York Hilton*, do outro lado da rua, custou US\$27.000 por quarto. É mais provável de que os clientes o impediram de prosseguir com o seu projeto porque eles não tinham senso do que Lapidus realmente estava fazendo, nem da legítima importância dos seus interiores. Mas teria sido a mão livre de Lapidus demasiada? Uma horrível paródia? Certamente, não. Nas ocasiões em que o arquiteto teve liberdade ele foi excessivo para algumas pessoas, mas ele estava fazendo uma afirmação. A exclusividade de Lapidus era fazer uma afirmação séria, porém para não ser levada muito a sério, outro paradoxo da sua arquitetura. Lapidus não precisava de limites estabelecidos por controle do cliente. Havia limites suficientes em cada dada situação de projeto, determinado pelo tamanho, orçamento e programa. Com limites realísticos ele criou uma afirmação completa do seu próprio estilo.

No auge da sua carreira hoteleira Lapidus talvez tivesse sido demasiado cooperativo, mas ele sabia a que extremo um arquiteto que não cooperasse poderia chegar. Um de seus melhores amigos e arquitetos favoritos, Morris Sanders, foi conhecido por nunca ceder à frente da pressão do cliente. Ele lembra o profundo ressentimento de Sanders sobre um contrato de projeto da empresa *Heinz Food* para o seu pavilhão na Feira Mundial de Nova York, em 1939—ocasião que ambos trabalharam juntos no projeto para o pavilhão da *Distilled Spirits Institute*. Quando os executivos da *Heinz* insistiram que um enorme *pickle* fosse colocado no topo do projeto de Sanders, o arquiteto abandonou o projeto. “Nunca concorde”, ele disse a Lapidus. Logo depois desse episódio, Sanders cometeu suicídio e Lapidus atribui o suicídio em parte pelo desespero relacionado ao problema de fazer concessões com os clientes. Lapidus nunca foi um homem fortemente autoconfiante, cujos desejos agressivamente determinassem ou suspendessem um projeto. Ele foi conhecido pelos clientes como acessível, disposto a aceitar ou ser influenciado por suas sugestões. Ela nunca foi uma prima-dona. Sua prioridade era o cliente e os usuários dos seus espaços.

Lapidus nunca superou a reação crítica ao *Summit* que culminou na alteração dos seus interiores e, logo em seguida, a substituição do seu projeto de interiores para o *Americana-New York* por um projeto de outro arquiteto. Ele sempre admitiu, e nunca superou, que o criticismo o tenha atingido tão duramente, até no seu último pronunciamento público por ocasião da sua entrevista, no ano 2000, a Charlie Rosie da *Public Broadcasting Service* (PBS), dois meses antes da sua morte, aos 98 anos. Os seus hotéis de Nova York marcaram um ponto de inflexão de sobriedade na obra de Lapidus. É irônico que o seu primeiro trabalho com hotel em Miami Beach tenha sido servir como um consultor no *Sans Souci*, para melhorar um interior de um edifício já construído e projetado por outro arquiteto. Sua reputação foi construída pelo resultado que o seu talento gerou desde que ele foi levado de Nova York a Miami Beach para “trazer emoção” aos interiores do *Sans Souci* e que culminou no *Fontainebleau*, cuja fama e sucesso o levaram de volta a Nova York. No auge da sua carreira com o setor hoteleiro, em seu mais importante edifício de hotel em Nova York, um consultor de interiores foi chamado para suavizar o maneirismo que o havia tornado famoso. Ele nunca se recuperou disso. Paradoxalmente, no fim da década de 1960, sua firma de arquitetura estava entre as vinte maiores dos Estados Unidos, com escritórios em Nova York e Miami. Depois dessa “punição” psicológica, Lapidus continuou construindo hotéis “padrões” e conquistando novos projetos enormes em diversos setores da construção até se aposentar em 1986. No entanto, nos anos seguintes, ele não havia ainda recuperado o entusiasmo que floresceu no *Sans Souci* e culminou no *Fontainebleau*, *Eden Roc* e *Americana-Bal Harbour* em Miami Beach, e que foi negado no *Summit* e delapidado no *Americana-New York* em Nova York.

2.3.1.5 Em Miami: exposição “*Forty Years of Art and Architecture*” — *Joe e Emily Lowe Art Gallery, University of Miami, Coral Gables, 1967*

Em 1967, quando Morris Lapidus comemorou quarenta anos de carreira, a *Joe e Emily Lowe Art Gallery*, futuro *Lowe Museum*, da *University of Miami*, Coral Gables, Florida, organizou a exposição “*Forty Years of Art and Architecture: Morris Lapidus*”. A exposição em Miami foi centrada na principal característica de Morris Lapidus, que mais do

que nenhum outro, refletiu o gosto estético da América da metade do século XX. Ele juntou os elementos do que era "artisticamente aceitável" e "economicamente viável" naquele momento histórico do pós-guerra. "Lapidus, um arquiteto por treinamento, foi um psicólogo das massas por experiência", refletiu A. L. Freundlich, diretor do museu, em texto para o catálogo da exposição. O tom da receptiva exposição era a de uma arquitetura com apelo comercial. Lapidus equilibrou o uso de formas arquiteturais com texturas em um sistema de projeto que atraiu a atenção popular, o que significava, portanto, um sólido retorno financeiro para o investidor. Ele combinou teatralidade e forma com dramático uso de textura e iluminação com o objetivo de atingir um efeito que era desejável para o americano comum. "Da mesma maneira que Gropius buscou elegância por meio de escassez de materiais e elementos lineares, Lapidus esforçou-se por um sentimento festivo em seus projetos" (40 YEARS..., 1967, não paginado), a ser atingido pela abundância de temas e motivos, considerada excessivamente exuberante devido ao conjunto de efeitos. O texto do catálogo enfatizou o sucesso e a fama, nacional e internacional, adivinhos do seu projeto hoteleiro em Miami Beach, como também elucidou as críticas negativas. Para exemplificar, destacou-se o fato de Lapidus ter sido chamado de "o homem que colocou o *Rhinestones* (uma jóia brilhante e artificial que parece um diamante) em Miami pela revista *Harpe's* (MAYER, 1965) e o arquiteto *De Luxe* de Miami Beach pelo *New York Times* (MILLSTEIN, 1957). Os títulos dos artigos sobre os hotéis de Miami Beach destacaram a exuberância dos seus projetos que visavam atrair o seu público pelo "luxo" e "*glamour*"; porém, o enfoque estava no reconhecimento do exagero inoportuno, porém sem condená-lo.

Por outro lado, o artigo *New York hotels (with reservations)*, do crítico e escritor Russell Lynes (1963) para a revista *Art in America*, antecipou o tom crítico e reprobatório, até preconceituoso da elite pensante de Nova York. "Novaiorquinos não gostam de coisas tênues e chamativas ao mesmo tempo [referindo-se aos considerados materiais extravagantes e de suposta má-qualidade]. Nós somos pretensiosamente intolerantes em Nova York à sub-cultura da Flórida." Desta vez em tom defensivo, o diretor da *Lowe Art Gallery* destacou que Lapidus era de Nova York e há pouco se inseria na cena de Miami. E completou afirmando que "infelizmente, os gostos de um homem como Russell Lynes não constituem o gosto da *maioria* dos nova-iorquinos, muito menos o gosto

dos habitantes do resto do país”. Sendo um profissional do mundo das artes, Freundlich continuou observando que “está na natureza dos nossos críticos de arte ser críticos. Isso vende publicações, e sempre parece mais fácil encontrar culpas do que grandes realizações.” E prossegue defendendo os esforços de Lapidus como sendo um reflexo da “nossa arte-educação, nossos valores nacionais e nosso nível de gosto”. Ele concluiu, evidenciando a polêmica atual centrada na discussão da criação de uma arquitetura ditada pelo intelectualismo do arquiteto ao seu usuário: “quando um arquiteto projeta muito além do entendimento do seu usuário, caos pode resultar” (40 YEARS..., 1967, não paginado, itálico do autor, tradução nossa).

É oportuno retornar ao início deste capítulo 2, sobre uma releitura do *International Style*, que abre com a discussão centrada na publicação do fac-símile do catálogo da exposição de 1932 do MoMA, “*Modern Architecture: International Exhibition*”, em 2011. De forma crítica similar, o texto de 1967 do diretor da *Joe e Emily Lowe Art Gallery* para o catálogo da exposição “*Forty Years of Art and Architecture*” é revelador, em um momento histórico em que “complexidades” e “contradições” do mundo das artes vem à tona. Forças opostas emergiram. A obra hoteleira de Lapidus, em Miami Beach, convidou a esse novo questionamento das normas e dogmas do *International Style*, fortemente estabelecidos pelas instituições culturais e mídia de Nova York. Com seu texto, Freundlich continuou a sua reflexão afirmando que outros *designers* podiam projetar pelos aplausos da profissão. Nesse caso, os críticos podiam admirar seus trabalhos pela sua restrição ou bom gosto. Mas, para ele, apesar disso, ainda permanecia um fato básico, de que no mercado do segundo pós-guerra, a maioria dos edifícios era concebida e produzida a partir de componentes padronizados para depois ser minimamente “vestida” por uma razão maior—lucro, ganho financeiro para o empreendedor. A discórdia com os que formavam ou lideravam a estética da América, naquele momento, não deveria ser atribuída à Lapidus, embora ele tenha sido frequentemente culpado por divulgar o mal gosto. Freundlich observou que a briga deveria ser com uma sociedade inteira. “É uma sociedade esteticamente ingênua. Colocar meramente ‘*good design*’ nas mãos do público não é suficiente” (40 YEARS..., 1967, não paginado, aspas do autor, tradução nossa).

Freundlich exemplificou que tais empresas de “mobiliário moderno bem projetado”, como *Knoll* ou *Miller*, há muito tempo havia notado esse problema às custas dos seus

próprios prejuízos. "Hoje, elas deixaram de ser os gigantes do sucesso do mercado de mobiliário e *interior design*, embora sempre tivessem estressado o bom *design*." Ao contrário, o mercado era abundante de *design* com misturas de versões antigas, apresentadas em uma nova forma, com decorações adicionadas, sem qualquer mudança significativa ou melhoria. Essas variações não são "*good design*", mas são produzidas em massa a baixo custo, com milhares de unidades vendidas para um grande público e com ótimo lucro. "O item produzido em massa ao nível do gosto da massa é uma das conquistas da civilização norte-americana", conclui Freundlich (40 YEARS..., 1967, não paginado, aspas do autor, tradução nossa).

O que tornou Henry Ford um herói não foi o fato de ele ter inventado o automóvel nem produzido o carro com melhor estética ou *design*. A reputação de Ford estava somente na sua habilidade em manipular o cliente a comprar um carro quando nem as vias expressas interestaduais ainda haviam sido construídas. Seu sucesso foi descobrir uma maneira de produzir um carro mínimo em grande volume; portanto, com custo baixo e grandes vendas. Esta era a habilidade de Lapidus em arquitetura. Não que ele tenha produzido edifícios em massa, mas que ele obteve o efeito máximo desejado em satisfazer o homem comum em qualquer nível desejado. Se um espaço era pequeno, ele encontrava uma solução de projeto para que o espaço parecesse maior, não por prazer estético, mas para que este espaço ajudasse a vender, sapatos ou quarto de hotel. Trabalhando no setor da hospitalidade, Lapidus estava atento ao refinamento e eficácia de suas técnicas de *merchandising*. Desde o período formativo das suas lojas, ele pesquisou o mercado para o espaço a ser planejado, o que traria o seu sucesso. Ele estudava o produto e depois, pela reconfiguração do espaço, pelo uso de iluminação, reformatação das colunas, acabamento dos pisos e paredes e decoração ideal, ele produzia um espaço cujo efeito encantava os seus usuários.

Embora o trabalho de Lapidus estivesse sendo exposto em um museu de arte de uma universidade em Miami, o diretor do museu, Freundlich, destacou a qualidade comercial do arquiteto dentro do cenário sociocultural da metade do século XX: "Como produzir um lucro máximo com o projeto do edifício e do seu interior é a genialidade de Lapidus. É o que a sociedade afluyente de hoje solicita." Era um reconhecimento de Miami ao trabalho de quatro décadas de Lapidus.

Figuras 70 a 73 — Exposição “*Forty Years of Art and Architecture*” — Joe e Emily Lowe Art Gallery, University of Miami, Coral Gables, 1967.

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

2.3.1.6 Em Nova York: exposição “*Morris Lapidus: An Architecture of Joy*”⁵⁰ — um debate sobre “qualidade em arquitetura”, 1970

Em 1970, o conjunto da obra de Morris Lapidus, produzido em quarenta anos, foi apresentado na exposição solo do arquiteto na *Architectural League of New York*, cuja instituição ele era membro há vinte e cinco anos. “*Morris Lapidus: An Architecture of Joy*”, patrocinada conjuntamente pela Liga e pela *American Federation of Arts*, foi coordenada pelo

⁵⁰ Refere-se à arquitetura de Morris Lapidus das décadas de 1950 e 1960, propriamente dos seus hotéis.

então jovem arquiteto John S. Margolies, integrante da nova geração da Liga que buscava “exprimir vida nova” na formal *Architecture League*. Arthur Rosenblatt, recém-eleito presidente da Liga — concomitante à sua posição de consultor de arquitetura do diretor do *The Metropolitan Museum of New York* (the Met) — desejava começar o seu mandato com uma exposição empolgante e provocativa, divulgando um tipo de arquitetura que os jovens considerassem representante de um caminho que a arquitetura poderia seguir.

Novas ideias sobre arquitetura permeavam as instituições educacionais e culturais. No ano anterior, o historiador John W. Cook [1970?], da *Yale University*, havia redescoberto a obra de Lapidus. A sua pesquisa sobre a obra do arquiteto originou o ensaio *Morris Lapidus: Architecture as Intentional Nonsense*, junto ao departamento de História da Arte de *Yale*. A sua entrevista com Lapidus foi incluída no livro *Conversation with Architects* (1973) — em coautoria com Heinrich Klotz —, cuja seleção dos arquitetos entrevistados foi feita por suas representatividades nos maiores movimentos determinantes da direção da arquitetura naquele momento histórico. A exposição “*An Architecture of Joy*” foi inspirada por jovens arquitetos que conseguiram, ferozmente, “combater a ‘Velha Guarda’” da Liga. Mesmo em tempos de abertura a novas ideias, essa exposição foi produto da permanente controvérsia gerada pela obra de Lapidus, que definiu o seu percurso profissional desde que ele registrou a sua marca no seu primeiro projeto de arquitetura, o hotel *Fontainebleau*, em Miami Beach.

Figuras 74 e 75 — Exposição “*Morris Lapidus: Architecture of Joy*”, *Architectural League of New York*, Nova York, 1970. Folheto promocional das palestras referente à exposição em 13 out. 1970: Uma Palestra de Morris Lapidus na Architectural League. 27 out. 1970: Um painel de discussão sobre o tema “Uma arquitetura de que as pessoas podem gostar: discussões surgidas com a exposição” no salão de bailes do *Americana-New York* de Lapidus. Panelistas: Tom Wolfe, John Johansen, dois outros panelistas a serem selecionados; Moderador: Robert Jensen. Foto no folheto: terrário e escada do saguão do piso inferior ao saguão do piso superior do hotel *Americana-Bal Harbour* (à esquerda). Folheto promocional da palestra referente à exposição: um painel de discussão sobre o tema “Uma arquitetura de que as pessoas podem gostar: discussões surgidas com a exposição” no salão de bailes do *Americana-New York* de Lapidus. Panelistas: Tom Wolfe, John Johansen, Charles Moore, Brian O’Doherty; Moderador: Robert Jensen. Foto no folheto: saguão principal do hotel *Eden Roc* (à direita).

Figuras 76 e 77—Capa do catálogo da exposição “*Morris Lapidus: Architecture of Joy*”, *Architectural League of New York*, 1970. Distribuído por *The American Federation of Arts*, Nova York. Foto na capa do catálogo: Hotel Americana-Bal Harbour, saguão principal, terrário iluminado, 1956, fotografia de Ezra Stoller Associates (à esquerda). Página de créditos do catálogo da exposição “*Morris Lapidus: Architecture of Joy*”, *Architectural League of New York*, 1970. Distribuído por *The American Federation of Arts*, Nova York. Foto na página de créditos do catálogo: Hotel Fontainebleau, saguão principal, 1954, fotografia de Gottschow-Schleisner (à direita).

Fonte: Morris Lapidus Papers”, Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY, Estados Unidos.

Controvérsia posta, membros do comitê executivo da *Architectural League of New York* manifestaram reações opostas, ardentemente favoráveis ou adversas à exposição. Arquitetos e artistas, herdeiros e porta-vozes do *International Style*, ficaram indignados. Sybil Moholy-Nagy, historiadora de arte e arquitetura e esposa do então falecido famoso artista da Bauhaus, László Moholy-Nagy, ameaçou os seus colegas com a sua demissão do comitê executivo da Liga, caso a exposição fosse realizada. Moholy-Nagy acusou Lapidus de intencionalmente seduzir os jovens arquitetos organizadores da exposição, "controversos pós-modernos", à oportunidade de sua exposição, visando com o prestígio da instituição se posicionar como um "arquiteto-artista" e se promover para futuros clientes da área de hospitalidade. Sua carta evidencia o dogma da arquitetura moderna, que impulsionado pelo *International Style* desde a primeira exposição de arquitetura do MoMA, de 1932, ainda predominava como ideologia arquitetônica no meio intelectual de Nova York. Quatro décadas antes Alfred Barr Jr. havia ditado a pedagogia da arquitetura moderna. Os arquitetos da Bauhaus deveriam impor a sua arquitetura, "educando" a nova geração de arquitetos e o público em geral. Desde aquele momento estava estabelecida a definição de "gosto" e "qualidade" em arquitetura: pela análise formalista, estabelecida pela elite do pensamento arquitetônico de Nova York e disseminada, predominantemente, pelas regiões nordeste e centro-oeste dos Estados Unidos. A carta de Moholy-Nagy explicita o declarado preconceito, ainda vigente, com o "gosto popular", que procurava manter e defender o caráter elitista da disciplina da arquitetura. Uma arquitetura do seu produto nunca poderia ser exposta por uma instituição que representava a intelectualidade do mundo da arte de Nova York:

[...] Lapidus é um fenômeno bem conhecido na profissão. Depois de haver construído seu acervo e desculpando-se pelas suas aberrações com os seus nauseantes clichês de "o que as pessoas desejam" (como se a contaminação do gosto não partisse do outro lado, do *designer* para o público), ele agora está preparando o seu filho [Alan Lapidus, arquiteto e sócio de Lapidus na ocasião] para restaurar a sua imagem tornando-se um "arquiteto-artista". E, ao fazê-lo, ele se aproxima desses inacreditáveis "jovens rebeldes" e concorda com as suas confusas interpretações de Las Vegas ou Venturismo, [...] O mero fato de que [John Margolies, coordenador da exposição] fez uma publicação para a P.A. [Progressive Architecture] (uma revista mais do que lida pelo seu apelo promocional) já compromete todo o assunto. [...] Você pode imaginar o tamanho do benefício para um arquiteto que busca prestígio, e com o tipo de clientela que o Lapidus tem, quando ele puder apontar para todos os seus poten-

ciais clientes de hotel e motel que seu trabalho tenha sido artisticamente se nobilitado pela nobre e centenária *Architectural League*, na sofisticada e de bom-gosto Nova York?⁵¹ (LAPIDUS 1979, p. 211, tradução nossa)

Outro membro do comitê executivo da *Architectural League of New York*, Les Levine, que era favorável a uma decisão imparcial, posicionou-se estarrecido pela carta de Moholy-Nagy. Em sua carta-resposta a Rosenblatt, Levine discordou com as ideias de ameaça de demissão visando interesses próprios, atitude contrária à instituição que convidava à discussão democrática de ideias controversas. Levine ressaltou o preconceito associado à consideração de “gosto” em arquitetura pelo uso, por Moholy-Nagy, da expressão “contaminação de gosto—poluição do paladar” usada em referência a Margolies e Lapidus, no sentido de que ambos estariam poluindo a arquitetura com as suas opções estéticas. Tal discussão, relacionada à preferência estética, vinha causando motins pelos museus de Nova York e conflitos de algumas conjunturas sociais naquele momento.

[...] Estaríamos apresentando para o julgamento do público o trabalho de um homem que teve uma atitude que, em muitos casos, contrariou a sua própria profissão. O fato estarrecedor sobre o modo como algumas pessoas se referem contra Lapidus é que demonstram uma atitude de bode expiatório. [...] eu admiro a atitude de Peter Blake ao dizer que Lapidus não é o seu gosto, mas que devemos realizar a exposição. [...] (LAPIDUS 1979, p. 212, tradução nossa).

Peter Eisenman, na época membro do Conselho de Diretores da *Architectural League of New York* e diretor do *Institute for Architecture and Urban Studies*, inicia a sua carta a Rosenblatt dizendo que “controvérsia não tem sido algo de que eu tenho me absterido”. Como membro da Liga, a sua intenção era participar em tais debates; mas, infelizmente, como um novo membro ele já teria que discordar com alguns dos seus colegas sobre a proposta para a *Lapidus Exhibition*. Esta não era uma questão de direito de dissidência, mas ao contrário “um profundo ponto de debate social sobre o problema de gosto”. Ei-

⁵¹ O documento original desta carta de Sybil Moholy-Nagy, consultada pela autora, está disponível no arquivo: ARCHITECTURAL LEAGUE OF NEW YORK RECORDS, 1880s-1974. **Archives of American Art**: Smithsonian Institution. Washington, D.C., Estados Unidos, 1970.

senman, apesar de ter-se declarado, em absoluto, contra a exposição de Lapidus, ele priorizava o debate de "qualidade e gosto em arquitetura" sobre a sua posição pessoal.

Por uma convenção aceita o trabalho do Sr. Lapidus é supostamente assumido como sendo de 'mau gosto'. Entretanto, a pergunta corretamente pode ser feita, "por convenção de quem? e "para quem?". Certamente a Liga não está preocupada sobre o que as pessoas pensarão sobre o seu gosto, organizando este tipo de exposição. Mas, por isso mesmo é possível levantar uma questão central por trás deste tipo de exposição, e precisamente pelas boas posições na Liga, focar em um super problema contemporâneo. [...]

Recentemente eu aplaudi ambas as cartas da Sra. Moholy-Nagy e do Sr. [Ulrich] Franzen [ambos contrários à exposição de Lapidus] à P.A. [*Progressive Architecture*] sobre o artigo do Venturi. Enquanto eu estou em óbvia solidariedade com as suas preocupações e admiro os envolvimento deles expressos em suas cartas, eu sinto que esta exposição, meramente demonstrado pelo debate que ela tem causado até o momento, servirá para alertar uma área suscetível na comunidade arquitetônica. Para forçar uma reflexão sobre a questão de gosto, particularmente a que remete a um problema fundamental no debate entre arquitetura como um fenômeno popular e arquitetura considerada como uma fantasia elitista, então a Liga teria contribuído com algo.

O trabalho do Sr. Lapidus parece consistentemente estar em 'fora de foco' e ainda tão fortemente bem-sucedido que ele oferece um bom recurso para tal debate. Longe de ser o *ad hoc* do populismo de Las Vegas, este trabalho é deliberadamente forçado a estar em contato com algo que a defesa do seu planejamento tem sido evocada por "o que as pessoas querem". Se esta não é uma questão crucial, ela certamente parece ser relevante.

Pessoalmente, eu acredito que o problema de gosto é mais complicado do que a exposição de Margolies, mas pelo menos é um começo⁵² (LAPIDUS 1979, p. 212-213, tradução nossa).

A carta de Eisenman, certamente, estimulava o debate sobre a questão de gosto em arquitetura, levantada naquele momento histórico pela emergente adesão pós-modernista aos preceitos anunciados por Robert Venturi. Como Eisenman bem colocou, o problema de gosto era mais complexo do que o que a exposição de Lapidus poderia suscitar. Isso demonstra que, embora pela primeira vez em quarenta anos, a obra de Lapidus estivesse sendo oferecida um espaço para debate na sua cidade, ela ainda era considerada inofensiva, por não ser considerada séria, quando comparada à ameaça de mudança de paradigma que o pós-modernismo de "Complexidade e Contradição em

⁵² O documento original desta carta de Peter Eisenman, consultada pela autora, está disponível no arquivo: ARCHITECTURAL LEAGUE OF NEW YORK RECORDS, 1880s-1974. **Archives of American Art**: Smithsonian Institution. Washington, D.C., Estados Unidos, 1970.

Arquitetura” anunciava. No entanto, foi somente em um momento histórico suscetível à mudança de paradigma que a obra de Morris Lapidus pode ser considerada e reavaliada.

O arquiteto John M. Johansen colocou-se a favor da exposição, contrário ao posicionamento de Moholy-Nagy. Johansen havia “descoberto” a obra de Lapidus em 1963, por ocasião da convenção nacional anual do AIA no hotel *Americana-Bal Harbour*. Em paralelo, é oportuno observar que, longe da comunidade e dos debates da arquitetura, a obra de Lapidus era ainda desconhecida por muitos arquitetos. Johansen destacou: “Ele é o único homem que tem diretamente, e talvez honestamente, lidado com o gosto popular neste país. Seu trabalho pode ser considerado um novo aspecto de arte ‘formativa’ na América, que é de uma experiência comum nativa ao invés de *‘fine art’*”:

Eu a tenho descrito em apresentações como arte cênica, em que os interiores, e até os exteriores, são tratados como cenário de palco para definir o humor e as experiências, como é feito no teatro. Mais e mais falava-se na divisão entre uma moldura natural e a inserção de uma obra de arquitetura na malha urbana como uma nova maneira de conceber um edifício. Muito tem sido discutido em relação a projetos de parques de diversões e como *Las Vegas* e *Disneyland* tem sido tratadas com certa seriedade hoje. O gosto ‘não educado’ é um válido fenômeno; ele poderia ser levado mais seriamente ou menos, mas é, todavia, importante e não deve ser ignorado. Por outro lado, muito trabalho atual de ‘bom-gosto’ que tenta ser uma obra-de-arte por um pomposo ‘dom da forma’ dos criadores de formas está tornando-se fatigante (MARGOLIES, 1970, não paginado, tradução nossa).

Apesar de, ou devido à essa polêmica, a exposição de Lapidus foi realizada, com palestra e seminário concomitantes. Pela primeira vez, a obra de Lapidus foi aberta ao debate público e oferecida a oportunidade de uma revisão crítica. Na abertura de um dos seminários, Rosenblatt mencionou a ocasião polêmica em que Johansen foi apresentado à obra de Lapidus, em 1963, na convenção nacional do AIA no hotel *Americana-Bal Harbour*. Em outra ocasião, também polêmica, ele havia sido apresentado à obra de Lapidus, quando Rosenblatt trabalhava junto ao Departamento de Parques de Nova York e planejava-se construir uma piscina pública para a comunidade de *Bedford-Stuyvesant*. O Departamento chegou a Lapidus, quando buscava um arquiteto com experiência com projetos de piscinas e áreas de lazer, que pudesse projetar a mais magnífica, aprazível e encantadora piscina pública—todas as qualidades que uma piscina pública

nunca tinha tido. “Bem, vocês devem estar loucos; e vocês serão satirizados na cidade toda; e isso é a coisa mais ridícula e insana que vocês jamais poderiam ter pensado.” “Mas, nós seguimos em frente com o projeto porque essas pessoas estavam erradas tão frequentemente que não havia razão em acreditar que elas não estariam errados novamente.” Ada Louise Huxtable, do *The New York Times*, que desacreditou do projeto de Lapidus, ratificou-se e elogiou o projeto, após a sua publicação na revista *Architectural Record*. “Muito frequentemente nós temos noções preconcebidas sobre o que é correto e o que é errado, o que está na moda e o que não está na moda; mas, existe algo nessa arquitetura que toca tantas pessoas, o que é uma medida de valor e não dever ser desconsiderada” (LAPIDUS 1979, p. 216).

2.3.1.7 Transição entre dogmatismo crítico e autocrítica

Nesse momento histórico, é certa a vulnerabilidade em que se encontravam os valores modernos da classe profissional da arquitetura em Nova York devido às ameaças dos textos de Venturi e a consequente adesão de jovens arquitetos a esse novo paradigma da arquitetura. Para os arquitetos modernos dogmáticos, já inseguros com as ameaças dessa pluralidade de ideias, a arquitetura da Flórida somava-se a esse cenário. Miami teria se tornado a origem desse tipo de arquitetura de “ostentação vulgar e de entretenimento, de luxo temporário”, e sua influência era naquele momento “sentida pelo país em hotéis e motéis, restaurantes e *cocktail lounges*, até nos saguões de edifício de escritórios e prédios de apartamentos”. A decoração exuberante desses espaços provocava fúria entre as pessoas que ainda “tinham orgulho em relação ao gosto visual” e estético (MAYER, 1965, p. 61-62). Enquanto os arquitetos, críticos e intelectuais sentiam-se ultrajados com o estilo do Sul da Flórida, que se expandia país a dentro, e denunciavam a “vulgaridade” dos edifícios e o uso de “materiais questionáveis, frágeis e baratos” do estilo, Lapidus defendia seu trabalho como um “lugar onde as pessoas poderiam se divertir”.

Mayer (1965, p. 62) oportunamente observou que colegas, críticos profissionais e intelectuais divertiram-se muito com Lapidus, fazendo piadas e os atacando como punição e humilhação pelo estilo do Sul da Flórida que se espalhara. Lapidus havia sido o

principal fornecedor de "jóias" para o cenário de Miami Beach, e, pior, o primeiro a importar o estilo para o norte do país, com seu hotel "verde" chamado *The Summit*. Mas, as explosões de risadas dissimuladas que receberam o *Summit* ("um hotel legal, mas um pouco longe da praia") aumentaram também pelo fato de que era seguro atacar Lapidus. O hotel *Americana-New York* contribuiu ainda mais para ataques ainda mais seguros. Essa comunidade de intelectuais já estava demasiadamente irritada com a massiva construção que tomava as "suas" ruas e avenidas, mas os arquitetos jogavam de maneira segura, buscando simplicidade em seus edifícios. Nova York buscava uma mira para liberar seus contidos ataques de insegurança. A arquitetura de Lapidus foi um alvo fácil.

Como aponta Ferry (2012, p. 176), após a Segunda Guerra Mundial, surgem novas interrogações e novos questionamentos sobre as consequências da ciência que passam a aplicar a si mesma os seus próprios princípios do espírito crítico e de reflexão. A ciência deixa de ser essencialmente dogmática, dando lugar à autocrítica e à autorreflexão. As ciências históricas enraízam-se, de modo mais ou menos consciente na convicção de que o conhecimento do passado serve para compreendermos melhor o nosso presente e melhor orientar o futuro. Nesse contexto, a obra de Lapidus surgiu como informante (e também vítima, como todos que são os primeiros a romper o molde existente) de um mundo em mudança, dividido entre o dogmatismo formalista do *International Style* — fortemente enraizado, liderado pelas instituições que produziam e promoviam a arquitetura — e o retorno da história, como precedente de projeto.

Fachada da loja: a arquitetura de superfície proto-moderna. Sobreposição.

(1) Desenho da fachada da loja *Doubleday Doran Book Shops Inc.*, Detroit, MI, 1934.

(2) Desenho da fachada do primeiro projeto de hotel de Lapidus, em Danbury, CT, 1927.

Fonte: (1) Düttmann; Schneider, 1992. p. 27.

(2) Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

3

A ARQUITETURA DA HOSPITALIDADE DE MORRIS LAPIDUS: ACADEMICISMO E MODERNISMO

“Eu realmente acredito que o ponto em que o homem se tornou verdadeiramente um ser humano foi o momento em que ele começou a adornar a sua morada. Havia um desejo primitivo de adornar-se e adornar a sua caverna. Isso é tão básico da natureza humana que eu não acredito que possa ser erradicado”⁵³.

— Morris Lapidus
(COOK; KLOTZ, 1973, p. 164)

⁵³ Morris Lapidus refletindo sobre a pergunta de Heinrich Klotz: “Como você se distanciou do ornamento tradicional?” (COOK; KLOTZ, 1973, p. 164).

3.1 A OBRA DE MORRIS LAPIDUS: AS LOJAS (1928-1944)

Os anos da Depressão definiram a carreira de Morris Lapidus como *interior designer*, um período experimental e formativo em que o arquiteto projetou e construiu lojas que contribuíram para formar a imagem das *Main Streets* das cidades norte-americanas em busca de modernização, que foi incentivada pela campanha de progresso e otimismo do país. O apogeu do período de lojas (1940-1943) culminou com projetos que caracterizaram o seu processo de projeto. Na sua maturidade profissional, o fim da Segunda Guerra Mundial estabeleceu uma mudança de direção na sua carreira. O otimismo do pós-guerra abriu o período hoteleiro (1949-1962) de Lapidus, o ápice da sua carreira, em que os seus métodos de projeto para as suas lojas expandiram-se aos espaços públicos dos seus hotéis.

3.1.1 Contexto histórico da arquitetura moderna: a integridade das artes e o repúdio ao ornamento

É somente no século XX que a pintura e, em certa medida, a escultura influenciaram a arquitetura. É a investigação da pureza da forma que tornou a pintura e a escultura valiosas para os arquitetos modernos como nunca antes na história da arte. É dessa busca irrefutável da integridade das artes que nasce o arquiteto como artista (BARR Jr., 1948, p. 9). Dentro desse contexto, a crítica da arquitetura moderna considerava, portanto, uma fraqueza o mimetismo acadêmico, já que a arquitetura moderna, a partir dos anos 1920, teria libertado os arquitetos da sua longa dependência do revivalismo dos estilos passados. A recusa à reutilização de motivos arquitetônicos — geralmente característicos da tradição da Europa Ocidental desde o Renascimento — representava, portanto, a rejeição da imitação com a ênfase na arte como criação verdadeira. A pintura abstrata estabeleceu seus padrões formais, que eram não-imitativos. Estava aí fundamentada a nova criação do século XX. "O ornamento do passado, que serve apenas como embelezamento de algo, não tem, portanto, a significância de uma entidade artística independente" (HITCHCOCK

Jr., 1948, p. 11). As atividades teóricas de muitos artistas abstratos, arquitetos modernos e críticos foram frequentemente focadas, a partir dos anos 1920 — prolongando-se até o pós-guerra — para o estabelecimento de tal síntese. Como observou Hitchcock Jr. (1948, p. 36 e 38), eles estavam conscientemente buscando um estilo do século XX que devesse abraçar todas as artes visuais em um único quadro de referência estética.

Os resultados de um contato próximo com a pintura e a escultura abstratas foram imediatamente evidentes no trabalho da nova geração de arquitetos já logo após a Primeira Guerra Mundial em vários países europeus, provenientes das escolas estéticas do Neoplasticismo (Piet Mondrian e J. J. P. Oud), do Purismo (Le Corbusier e Amédée Ozenfant) e da Bauhaus que nasceu a partir do Neoplasticismo e do Construtivismo e Suprematismo Russos (Walter Gropius e Mies van der Rohe).

O significado do trabalho de artistas da Bauhaus — cujos princípios foram introduzidos por artistas e arquitetos alemães que imigraram para os Estados Unidos — como László Moholy-Nagy e Josef Albers, residiu mais na aplicação das suas descobertas plásticas para as aplicações pragmáticas do que o valor dos trabalhos em si, considerados como obras de arte independentes. O desenho industrial, a fotografia e a publicidade, bem como — de fato, mais do que a arquitetura — beneficiaram dessa experimentação (HITCHCOCK Jr., 1948, p. 38). Essa atitude experimental teve importantes consequências educacionais. É de acordo com essa filosofia educacional que as escolas modernas de arquitetura norte-americanas assumiram suas diretrizes em termos de estética, quando distinguindo-se do treinamento estritamente técnico que o funcionalismo impregnara. Com base na experimentação da Bauhaus, os escritos de Gropius sobre a relação teórica entre pintura e arquitetura foram mais eficazes até do que os escritos de Le Corbusier. A tradição da Bauhaus, influente na educação da arquitetura norte-americana, tendeu à uma abordagem sistemática do estudo de projeto em todos os campos da disciplina da arquitetura.

O projeto para o Café de Unie de J.J.P. Oud, em Roterdã, como apropriadamente observou Hitchcock Jr. (1948, p. 32), representa um caso extremo de influência direta da pintura abstrata em arquitetura. Oud não se contentou apenas em

empregar seus amigos pintores como colaboradores decorativos, mas transformou a fachada do café em uma composição a la Mondrian. O Café de Unie era uma referência direta ao Neoplasticismo, a forma holandesa particularmente rígida da arte abstrata. Nos Estados Unidos, se houveram mais evidências de influência Neoplasticista no *layout* publicitário do que na arquitetura é porque seus princípios de projeto podiam ser adaptados em tal trabalho mais diretamente do que na arquitetura.

Figuras 78 e 79 — Café De Unie, de J. J. P. Oud, Roterdã, 1925. A fachada do Café De Unie, uma adaptação de pinturas de Mondrian de 1920, seguiu os princípios de *layout* tipográfico que são classicamente representados pela capa da revista *De Stijl*. Desenho (à esquerda). Fotografia (à direita).

Fonte: Figura 78 — Wordpress-The Charnel House: From Bauhaus to Beinhhaus. Figura 79 — Wikimedia Commons contributors.

Portanto, como observou Hitchcock Jr. (1948, p. 52), para a purista classe modernista emergente, a “vulgar” decoração modernista que “confundiu e atrasou o

público em geral na aceitação de uma sólida arquitetura moderna nos anos 1920 e início dos anos 1930" deveria nos lembrar, no entanto, que já havia "perigo de vulgarização no uso decorativo dos elementos característicos da pintura moderna e da escultura como meros embelezamentos de superfície da arquitetura". Finaliza o historiador de arquitetura americana, "apenas uma colaboração real, como iguais, entre arquitetos e pintores ou escultores, poderia aumentar, ao invés de diminuir, a integridade arquitetônica".

3.1.2 Academicismo e modernização: a arquitetura de superfície proto-moderna da loja

Em uma carreira definida por paradoxos, embora a educação formal de Morris Lapidus na *Columbia University* não o tivesse encorajado a produzir seus projetos de lojas a partir do fim dos anos 1920, a sua formação de educação *Beaux-Arts* nunca o abandonou. A universidade ensinou o jovem estudante a "desenhar folhas de acantos com seus olhos fechados" (COOK; KLOTZ, 1973, p. 150). Seu treinamento, fundamentado no endocinamento clássico advindo do fim do século XIX, e a sua superior qualidade com desenho proporcionaram oportunidades de trabalho em escritórios de arquitetura em Nova York. "Tudo que eles tinham que fazer era me dar uma superfície, e eu poderia cobri-la com folhas de acantos, volutas e quaisquer ornamentos que eles desejassem. Era só pedir, eu tinha meu alfabeto" (COOK, [1970?], p. 4). Mas, o alfabeto de Lapidus não expressava a linguagem de forma que ele desejava criar. As rebeliões modernistas acontecendo na Europa estimularam alguns arquitetos tradicionais a se desarraigarem da sua lealdade a *Beaux-Arts*. Durante os anos de estudos de arquitetura de Lapidus na *Columbia University*, o cenário histórico da arquitetura foi marcado por mudanças fundamentais, sob o debate fervoroso entre arquitetos tradicionais e modernos.

Uma conferência, devotada ao *International Style*, foi proferida pelo então diretor da Escola de Arquitetura da *Columbia*. Lapidus foi exposto a Walter Gropius, Le

Corbusier, Mies van der Rohe e o *De Stijl*, e recorda-se que os alunos foram apresentados à arquitetura moderna como algo repugnante. Apesar do tom de repúdio da palestra à arquitetura moderna, a curiosidade dos jovens estudantes foi exacerbada pelo histórico concurso para o edifício do *Chicago Tribune* de 1923, vencido por Raymond Hood em estilo neogótico, deixando o projeto moderno de Eliel Saarinen em segundo lugar. A Feira Mundial de Paris de 1925, o pavilhão de Mies van der Rohe em Barcelona, as obras de Mendelsohn na Alemanha e as de Le Corbusier eram territórios proibidos aos aspirantes a arquitetos. Quando Lapidus viu as publicações da Exposição de Paris de 1925, ele confirmou que algo revolucionário estava acontecendo na arquitetura, estimulando-o à uma direção independente da sua formação universitária. Esses episódios da história da arquitetura moderna deram a ele uma sensação pessoal de liberdade a ser explorada.

Contrária à aspiração intelectual europeia da unificação das artes seguida pela elite artística norte-americana, a aceitação das formas arquitetônicas pelo público em geral estava associada à questão com a sua familiaridade. A familiaridade da forma na arquitetura fornecia a maior garantia de aceitação inicial. Isto é particularmente verdadeiro para que a forma familiar pudesse ser identificada quando associada à uma resposta emocional favorável, como a maioria dos nomes de estilos arquitetônicos anteriores fazia (e ainda faz!) com o público em geral. Nesse contexto, Morris Lapidus procurou com a sua arquitetura manter um equilíbrio entre o familiar e o novo, alterando ou recombinaando suas referências visuais com formas arquitetônicas modernas e anteriores. A modernidade dos primeiros projetos de lojas de Lapidus não se concentrava no seu interesse pela pureza do projeto da arte abstrata moderna, mas no então inaceitável genuíno trabalho decorativo-abstrato das fachadas dos edifícios da primeira geração dos modernos. Seu desenvolvimento pessoal e único de projeto estava na emulação — no uso de elementos simplificados e estilizados de motivos da arquitetura europeia — em vez de conceitos basicamente novos da forma arquitetônica. Do seu repertório eclético, aqui traduzidos como tradicional e moderno, Lapidus retirou sugestões para a decoração de superfície das fachadas de suas lojas da década de 1930. Por sua vez, para a crítica, o ornamento

modernista da década de 1920 foi considerado, de alguma forma, "pior do que os cosméticos arquitetônicos góticos e gregos da mesma década" (BARR Jr., 1948, p. 9). Para Lapidus, ao contrário, o ornamento sempre fora essencial à arquitetura.

Lapidus buscava o desejo de modernizar, atrelado à sua formação classicista. Trabalhando com materiais e motivos modernos e tradicionais, Lapidus procurou, com a franqueza da linguagem artesanal, evocar, ao invés de imitar, estilos anteriores, associando-os aos modernos. Os elementos formais foram abstraídos de vários estilos não relacionados e foram fundidos, formando uma espécie de denominador comum da tradição arquitetônica associada à modernidade — a da aparência superficial proto-moderna. Como os proto-modernos — da primeira geração de arquitetos modernos, imediatamente anteriores ao *International Style* —, Lapidus "colou" padrões geométricos nas fachadas dos seus edifícios, bem como variados acessórios e detalhes decorativos. Contrário ao dogma formalista da estética moderna, na obra de Lapidus, a escala geral da composição abstrata arquitetônica estava subordinada ao uso contínuo do ornamento.

Somam-se aos paradoxos da arquitetura moderna de Morris Lapidus um dos seus maiores valores: o ornamento e a ornamentação, em ambos os períodos das lojas e dos hotéis. Embora um arquiteto que tenha cedido às exigências de modernização, e tornado-se, nas suas palavras biográficas (1979, 1996), um "*kept architect*" do mundo comercial, ele não se rebelou contra o seu treinamento clássico da *Columbia* para projetar novos espaços. Ele desenvolveu um método em fazer um espaço de loja, velho e decadente, parecer novo e moderno, devido à sua esmerada atenção à ornamentação dos seus espaços. Da mesma maneira que Lapidus, no início da sua carreira, enquanto trabalhando com firmas classicistas de renome em Nova York, havia "colado" ornamento clássicos nos edifícios, ele "colou" ornamento moderno nas fachadas das suas primeiras lojas.

Figuras 80 e 81 — Exemplo de ornamentação de Morris Lapidus para projetos enquanto trabalhando para escritórios de arquitetura em Nova York. À esquerda, desenho de Lapidus para o seu primeiro projeto profissional, um ornamento para a mansão de William K. Vanderbilt em Long Island, Nova York, em 1926, enquanto estagiando para a firma Warren and Wetmore. Este ornamento foi adaptado da grade do radiador de um automóvel Packard, representado em estilo "plateresque" espanhol, ricamente ornamentado em baixo relevo sugerindo trabalho em prata (LAPIDUS, 1996, p. 67). À direita, desenho de Lapidus para a fachada do seu primeiro projeto de hotel, em Danbury, Connecticut, 1927, enquanto trabalhando para o arquiteto Arthur Weiser (LAPIDUS, 1996, p. 75).

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

Figuras 82 e 83 — Fachada da Loja: a arquitetura de superfície proto-moderna. Desenho de Morris Lapidus e fotografia para a *Doubleday Doran Book Shops Inc.*, Detroit, MI, 1934.

Fonte: Düttmann, M.; Schneider, F. 1992. p. 27.

Como o *International Style*, que partiu de referências europeias, Lapidus também buscou ideias na Europa moderna, adaptando "bom *design*" europeu para os seus projetos de lojas. À maneira da metodologia de projeto de Lapidus, fundamentada em uma educação clássica na *Columbia* e no treinamento em reprodução de motivos de modelos históricos, o seu vocabulário para os seus projetos de lojas foi desenvolvido por meio da adaptação de padrões europeus modernos de composição. Sem um modelo adequado americano, Lapidus estudou a obra europeia. Uma frente específica que o atraiu peculiarmente foi a de novas lojas na França e na Alemanha. Conhecendo as tipologias dos edifícios de lojas norte-americanos, ele encontrou no modelo moderno de loja europeia o casamento de elementos individuais para as suas fachadas de lojas de rua que, no início, eram cópias literais e tornariam mais elaboradas nos anos seguintes.

Lapidus recebia regularmente a revista alemã *Gebrauchgraphik*, pioneira em arte para o comércio como tipografia e ilustrações, com inovações gráficas. Ele estudou cuidadosamente as páginas desse periódico voltado ao *design* europeu, dedicadas às técnicas de propaganda, com o objetivo de buscar ideais, as quais ele usou com liberdade. As fontes de forma gráfica para os seus projetos variavam desde etiquetas e logotipos, passando por posters a porta-copos para bebidas e placas de propaganda. Seus primeiros projetos para a fachada moderna das lojas foram também baseados em ideias tiradas da revista alemã *Ladenbau*, de construção de lojas, que o estimulou, particularmente, pelo "caráter experimental" que esses projetos denotavam (COOK; KLOTZ, 1973, p. 164). Tais desejos por um experimento artístico e uma eficiência comercial definiram os primeiros projetos de Lapidus para as suas lojas. A partir das composições gráficas, ele desenvolveu várias formas que o agradavam. Estes projetos e ideias alimentaram a sua inclinação teatral e influenciaram precocemente a criação, pela inovação gráfica, das fachadas das lojas das *Main Streets*.

Figuras 84 e 85 — Revista *Gebrauchsgraphik*. Capa de uma edição de 1928 (à esquerda). Páginas internas de uma edição de 1929 (à direita).

Fonte: Figura 84 — *Gebrauchsgraphik* — *Vintage Magazine Covers*, Pinterest. Figura 85 — *Travel Brochure Graphics.com/blog*

Os projetos de lojas europeias introduziram simplificação, uso de planos e vivo tratamento gráfico para a identificação das lojas. Era uma combinação de elegância de *boutique* e *design* modernos. As lojas tradicionais europeias estavam sendo modernizadas quando Lapidus construiu a sua loja *Parisian Bootery*, de sapatos finos femininos, em 1928. O uso imaginativo gráfico do letreiro, que também estava sendo introduzido na Europa naquele momento, tornou-se um elemento integrante do seu projeto da fachada da loja. “A *Parisian Bootery* é um poster com janelas” (Cook, [1970?], p. 7). A loja na Quinta Avenida, em Nova York, captou a atenção do editor arquitetural da revista *The Forum*. Esta foi a primeira publicação de um trabalho de Lapidus. A fachada da *Parisian Bootery* era em mármore Carrara, preto e polido. As vitrines, também projetadas por Lapidus, eram em esquadria de alumínio, como o letreiro. Na *Parisian Bootery*, a tímida fachada da loja e vitrine mantiveram a frente plana com aberturas em vidro. Ele manteve a tipologia da loja tradicional, mas usou um ornamento moderno para atrair o olhar do consumidor.

Figura 86 — Fachada da loja *Parisian Bootery*, Nova York, 1928.

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

Antes do processo de projeto de Lapidus amadurecer e tornar-se um produto de sua criação nos anos 1940, ele continuou a derivar ideias dos modelos europeus. Um projeto tradicional na forma, mas moderno em espírito. Em geral, as lojas dos anos 1920 na Europa foram ricamente criadas em padrões de composição proveniente da arte moderna. O aspecto metálico refletia um atributo ao mundo moderno, quando ornamento e materiais permitiram que as fachadas e empenas dos edifícios refletissem nas ruas as mudanças da forma da arte. A simetria cuidadosamente estudada dos primeiros exemplos de lojas do continente europeu deu lugar a espaços mais abertos e convidativos, distribuídos em uma composição assimetricamente balanceada com composições geométricas, pelo uso de linhas e planos quadrados e retangulares à maneira neoplasticista de Mondrian.

Os projetos de Lapidus, portanto, eram dependentes dos efeitos visuais de superfície, apresentados em uma composição bidimensional da construção moderna, em metal e vidro. Lapidus também usou as formas e a dureza, solidez e linearidade

derivada da *Arte Moderne*, que havia se estabelecido rapidamente no mundo comercial dos anos 1930. Tais projetos de Lapidus indicam a sua atenção ao detalhe, relacionado à especificidade da mercadoria. O caráter simbólico de suas configurações ostentosas, nos termos da arquitetura de lojas dos anos 1930, como para a *Swank Jewelry*, de 1931, tornou-se uma característica do seu trabalho.

Para os interiores do *show-room* da joalheira ele usou planta circular. A ornamentação foi inspirada pelo novo estilo *Art Deco* que havia nascido na exposição de 1925 em Paris, “*Le Exhibition de les Arts Decorative*” — *Art Deco* para simplificar. O piso era em linóleo preto com detalhes brancos e as paredes eram em finos painéis de cortiça. As portas e os painéis verticais eram pretos e as pequenas vitrines eram iluminadas vivamente. Molduras de madeira, nas paredes revestidas em cortiça, reforçaram o espírito *Art Deco* do projeto. Móveis comerciais, cadeiras e mesa, eram também em estilo *Art Deco*. O couro dos estofados era em várias cores. O forro foi pintado em preto, reduzindo a altura na sala, com uma luminária circular no centro, ladeada por difusores de ar condicionado circulares, que evidenciavam a composição circular. Nesse período, a função estava subordinada ao projeto, sendo que o ornamento mantinha as demandas de cada um.

Figura 87 — *Swank Jewelry*, Nova York, 1931.

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

3.1.3 *Design e Business*

Com a demanda de projetos de lojas, junto à empreiteira *Ross-Frankel*, Lapidus teve que considerar que tipo de espaços ele desejava para os seus projetos. Suas primeiras soluções de projeto foram baseadas no padrão de tráfego dos pedestres. O mundo do comércio o conduziu a um estudo sério do comportamento dos compradores, bem como o das estatísticas de padrões de compra em vários tipos de lojas. Para suceder como arquiteto de interiores de lojas, seus projetos tinham que ter estilo e serem atrativos para estimular as vendas. Seu trabalho deveria combinar ousadia e lucro. Em resposta a cada problema de projeto à mão, Lapidus tornou-se, por necessidade comercial e profissional, um dos primeiros analistas de pesquisas em *merchandising*. Ele foi contratado pelos seus clientes comerciantes para retirar os pedestres da rua, conduzi-los pela porta de entrada e pelo vestíbulo da loja para o seu interior, atraindo-os a comprar. Lapidus conscientemente, na maioria das vezes, projetou para consumidores femininos. A reputação do arquiteto foi evidenciada. As mulheres, que antes passavam para apenas “dar uma olhada” nas vitrines das lojas, vinham sendo induzidas a aventurar-se lojas adentro; e uma vez nos seus interiores, tornaram-se grandes compradoras.

Foi no processo de resolver soluções de projeto para atender demandas de *merchandising*, em termos de conceito de arquitetura, que Lapidus fez alguns dos seus melhores trabalhos de lojas e, posteriormente, hotéis. Foi nesse casamento de *design* e *business* que Lapidus produziu uma metodologia de projeto que viria formar o “estilo Lapidus”, que contribuiu para o processo de modernização do projeto da fachada das *Mains Street* por toda a nação. Ele criou uma arquitetura para o comércio cujos temas de projeto não foram somente confluídos na arquitetura, mas tornaram-se a sua base.

No início, Lapidus não introduziu um novo conceito de fachadas de lojas. No entanto, no período de uma década e meia, com a produção de cerca de quinhentas lojas, ele transformou o modelo europeu em uma metodologia Lapidus, que viria a

ser explorada em larga escala em seus projetos para o *hotel-resort* da década de 1950 em Miami Beach. Lapidus disseminou essa sua metodologia por toda a sua obra mais significativa do setor da hospitalidade. Por quatro décadas, a sua arquitetura para lojas e hotéis foi gerada por ideias e fontes que não eram necessariamente provindas da disciplina de arquitetura. Uma fonte principal de ideias que ele viria a utilizar posteriormente foi a fotografia de moda. Lapidus procurou por fundos interessantes que lhe agradavam em uma fotografia, onde formas, iluminação e cor complementavam e realçavam o modelo humano. Todos os seus projetos do setor da hospitalidade visavam criar um cenário, centrado na escala do usuário, com o objetivo de abrigá-lo e envolvê-lo para consumir. Foi nesse contexto que nascia uma obra de arquitetura interessante de Lapidus. Ele criou seus espaços com referência direta ao usuário, tornando-o um ativo participante da sua arquitetura. Ele não tinha interesse pela fotografia em si, mas pelo ambiente e cenário criado pelo fotógrafo. Com as fotografias, ele estava estudando os espaços apropriados para os modelos, as pessoas idealizadas em seus projetos. A sua tentativa era ambientar o “palco”. A sua arquitetura foi ambientada para a ação humana, ponto de partida muito evidente no período de lojas que se ampliou na fase madura da sua carreira com o seu trabalho para hotéis. No decorrer dos anos, portanto, Lapidus estendeu a experiência humana do seu projeto, da fachada aos interiores.

Ele foi bem-sucedido com seus interiores para lojas e as áreas abertas dos saguões dos hotéis, que serviam como um palco para a sua criação. Ele projetava um palco para o desenrolar de atividades humanas, onde o usuário sempre foi o protagonista. Isso não é para dizer que sua arquitetura tenha sido intimista. Pelo contrário, ela sempre foi intencionalmente teatral. Seus interiores eram uma metáfora de um típico palco de um musical da *Broadway*, um espaço que ele criava para a ação humana. De acordo com as suas obras biográficas (1979, 1996), não é por acidente que Lapidus foi um arquiteto com estética de cenógrafo. Sua paixão pelo teatro — pelo palco como disseminador da beleza — foi alimentada desde a sua juventude, primeiro como ator de teatro e depois como cenógrafo junto ao grupo de teatro *Washington Square*, em Nova York. Suas habilidades e interesses de cenógrafo com

desenho, cenografia e figurino, superiores ao seu interesse pela atuação como ator, o levaram ao curso de arquitetura na *Columbia University*. Essa paixão original pelo imaginário do teatro é evidente em tudo que Lapidus produziu e construiu. Este aspecto de sua personalidade é muito importante para interpretar os seus projetos de lojas e hotéis. No ápice da sua carreira, a maturidade de sua metodologia de projeto culminou em grandes projetos de lojas e hotéis que evidenciavam ainda mais o seu imaginário de cenógrafo combinado com ideais arquitetônicos. Nesse momento da sua carreira, ele estava pronto para expandir o seu estilo único, do papel de arquiteto de interiores a de, propriamente, arquiteto.

Entre os anos 1928-1944, o aspecto do racionalismo da arquitetura moderna presente na obra de Lapidus não estava associado ao dogma do *International Style* como modelo para a forma arquitetônica, mas mais próximo ao conceito de linha de montagem de *Henry Ford*, implementada no distrito comercial. De acordo com o estudo de Cook ([1973]), indicado pela sua pesquisa das principais revistas de arquitetura dos anos 1920 e 1930, Lapidus pode ser considerado o primeiro e o principal arquiteto a introduzir novas ideias no projeto de modernização das fachadas e dos interiores das lojas das *Main Streets* das cidades norte-americanas.

Sempre motivado pelo projeto como forma de inovação pela busca em agradar o cliente comerciante e o consumidor, a perspicácia dos projetos das fachadas e dos vestíbulos das lojas de Lapidus estava fundamentalmente em dissolver a linha distinta entre as áreas de tráfego do pedestre, da calçada e das vitrines, e a porta de entrada e o interior da loja. Lapidus abriu a loja. Ele transformou o vestíbulo, a área das vitrines para a exposição das mercadorias da loja, que passou de uma área de transição, entre a calçada e a porta de entrada da loja, a um elemento unificador de projeto. Ele dissolveu as transições abruptas desde a calçada até o interior da loja pela introdução de um estilo visual extravagante para soluções funcionais de projeto, expressas pelo seu uso estratégico de luz, textura, vidro e cor.

Figuras 88 e 89 — Desenhos de plantas dos saguões das lojas de Morris Lapidus que se tornaram mais profundos, retirando a porta de entrada do alinhamento da rua; e, portanto, alargando a área das vitrines para ampla exposição das mercadorias, trazendo o consumidor para dentro da loja. As formas ornamentais das vitrines atendiam à especificidade de arranjo de cada mercadoria, de roupas e sapatos a livros.

Fonte: Düttmann; Schneider, 1992, p. 48-49.

Durante os próximos quinze anos da sua carreira, associando-se à empresa *Ross-Frankel*, Lapidus trabalhou sozinho e fora da profissão da arquitetura, formulando para os seus projetos um alfabeto próprio. O fato de Lapidus ter-se removido do *mainstream* da arquitetura em uma área pouco respeitada pela profissão deixou-o

livre da pressão profissional para explorar e experimentar. Ele estava livre da direção em almejar uma obra de arte em cada ocasião. Com cerca de quinhentos projetos para modernização das lojas, ele pode experimentar com formas, cometer erros e arriscar soluções com um abandono desconhecido de um arquiteto sério. Afinal, qualquer dos seus edifícios estava suscetível a ser demolido em cinco anos.

Figuras 90 e 91 — *Postman's for Gloves*, Nova York, 1935. Para o projeto desta loja, Lapidus introduziu a sua “marca”: a entrada profunda, as vitrines em balanço, e o logotipo da loja nas paredes, portas e fachada. Lapidus resumiu a preocupação do arquiteto em empurrar a mercadoria para fora da loja e puxar o cliente para dentro, quebrando a barreira entre a rua e a mercadoria (à esquerda). *Ray's Dresses*, Nova York, 1937. Lapidus gostava das curvas e as incorporou desde os seus primeiros projetos de lojas. Como a tecnologia do vidro curvado ainda não era permissível em projetos de lojas naquela época, ele usou vidro em ângulo na vitrine da loja (à direita).

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

Figuras 92 e 93 — *Forsythe Shoes*, 1932. Mármore Carrara preto foi utilizado para o revestimento da fachada que servia de fundo para um enorme letreiro em metal e neon. Esta loja introduziu um novo elemento, que seria usado muito em projetos futuros: as vitrines em balanço, que se estendiam além da parede em Carrara. Outro novo elemento foi a parede de vidro que separava o exterior do interior, em que a porta de entrada da loja localizava-se, permitindo a visibilidade do interior da loja a partir do saguão da loja. O piso em *terrazzo* (granilite) do saguão estendia-se sob as vitrines em balanço (à esquerda). *Adam Hats*, New York, 1933 (à direita).

Fonte: Figura 92 — Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY. Figura 93 — Düttmann; Schneider, 1992, p. 49.

Figuras 94 e 95 — *Nunn-Bush Shoes*, Nova York, 1937. A frente da loja torna-se aprofundada com o objetivo de expor mais mercadorias. Os letreiros foram usados abundantemente, com grafismos que promoviam a modernização. A fachada da loja de dois andares foi revestida em mármore Carrara preto, com motivos listrados em Carrara cinza. O revestimento do piso da entrada da loja era cinza escuro e branco. O letreiro em balanço foi um desafio de projeto: foi preso no vidro da fachada da loja, com faixas horizontais em alumínio, definindo a estrutura vertical como suporte do letreiro (à direita). *Regal Shoes*, New York, 1937, loja de sapatos masculinos. Segundo Lapidus, 1935 foi o ano da opulência e consumidores com dinheiro para gastar. Para atender à "época da opulência", ele foi solicitado pelos seus clientes para usar materiais finos e caros. Ele escolheu bronze para os letreiros desta loja. Para também atender à opulência, ele respondeu com suas curvas. O fundo das vitrines era em madeira fina. Para o forro, ele usou suas sancas de iluminação circulares, que podiam ser vistas pela dupla porta de vidro (à esquerda).

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

Ao mesmo tempo — típico da sua dupla posição psicológica diante da profissão da arquitetura —, durante o período de lojas, Lapidus considerou-se um “*captive architect*”, aprisionado nessa atividade e distante da profissão. Embora tendo adquirido o mérito de ser um arquiteto licenciado, missão difícil nos Estados Unidos, ele não se tornou membro do American Institute of Architects — AIA, não trabalhou e nem se integrou à comunidade de arquitetos. Havia um sentimento de culpa por parte de Lapidus de que, embora ele tivesse estudado arquitetura, ele não poderia ser considerado um arquiteto já que não estava construindo obras significativas de arquitetura, mas somente lojas. Lapidus nunca foi historicamente consciente sobre a importância do seu trabalho do período de lojas. Das centenas de lojas que ele projetou e construiu, poucos projetos foram propriamente documentados e arquivados. O arquiteto não iniciou uma documentação sistematizada de seu trabalho até o início da década de 1940. Portanto, a partir de poucos exemplos, pode-se estabelecer uma análise do período formativo de Lapidus. O percurso de sua obra pode ser explicitado com base nos seus interiores⁵⁴.

John Cook enfatizou em seu ensaio ([1970?]) que os anos com a empresa *Ross-Frankel* marcou um período em que Lapidus projetou e construiu o melhor da sua obra, mas cujo qual ele teve pouca confiança e respeito. Para o historiador, ignorar esse período é perder a história de um dos maiores criadores de formas vernaculares da primeira metade do século XX nos Estados Unidos. Lapidus estava trabalhando nas *Main Streets* norte-americanas, diretamente para o homem comum, em um momento em que a disciplina da arquitetura voltava-se a monumentos imponentes que atraíssem a ampla visão da comunidade da arquitetura, bem como os altos orçamentos da nação.

⁵⁴ Curiosamente, a documentação da sua carreira de seis décadas, limita-se hoje a fotos dos interiores dos seus projetos do setor da hospitalidade e plantas dos seus projetos de hotéis, além de textos e objetos pessoais. Desacreditado pelo severo criticismo à sua obra, quando Lapidus aposentou-se em 1986, ele descartou em caçambas de lixo quase que inteiramente todos os documentos de mais de mil projetos desenvolvidos ao longo da sua carreira. Cf. Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY. Informação sobre a aquisição da Coleção: doação de Morris Lapidus (1970-1988). O fato de Lapidus ter mantido, principalmente, fotos dos interiores dos seus projetos, como plantas e fotos, revela a sua paixão pela arquitetura de interiores mais do que pela própria arquitetura.

Limitando-se à arquitetura de lojas das *Main Streets* norte-americanas, Lapidus concentrou-se em uma abordagem que demandava que ele projetasse e construísse considerando, extremamente, o indivíduo que iria usar os seus espaços. Ele teve que aplicar o seu treinamento e os seus princípios de arquitetura a problemas práticos e mundanos de envolvimento social e psicológico com o consumidor. Lapidus teve que agradar o comerciante, o público e a si mesmo para suceder no seu empreendimento independente desse período. Para construir um espaço eficiente, visando atrair compradores, ele explorou os conceitos de espaço, ornamentação e luz de forma imaginativa. Todos os aspectos de projeto, do exterior ao interior, estavam relacionados com o usuário, o homem comum do cotidiano. Para agradar o comerciante, seu cliente, ele cortou custos e provou a sua habilidade em atrair as massas para comprar produtos exibidos em um espaço Lapidus, com talento, exposição máxima da mercadoria e conforto. Os resultados foram um tipo de arquitetura destinada ao comerciante e ao comprador. Conduzido pelas mãos de Lapidus, o público norte-americano da Depressão estava sendo "educado" por suas formas populares do comércio de rua, que traduziam um mundo, novo e atrativo, de modernização. O homem comum das *Main Streets* norte-americanas encontrou na arquitetura das lojas de Lapidus o estabelecimento dos padrões de uma sociedade emergente.

3.1.4 As lojas da *Main Street* das cidades norte-americanas: cultura de consumo e arquitetura

A arquitetura do setor da hospitalidade de Morris Lapidus, que abrange as lojas da Depressão e, posteriormente, os hotéis do segundo pós-guerra, surge como informante das vitais preocupações sócio-econômicas e políticas desses momentos históricos nos Estados Unidos. A fachada da loja emerge como um artefato comercial do cotidiano que, ao mesmo tempo, procede e sucede da cultura norte-americana na Depressão. Dos anos 1930 até a Segunda Guerra Mundial, o urbanismo, o

modernismo e o consumismo se convergiram na *Main Street* das cidades norte-americanas e as fachadas de lojas encarnaram as preocupações vitais desse momento histórico.

Como observa Gabrielle Esperdy (2008) em seu livro *Modernizing Main Street: Architecture and Consumer Culture in the New Deal*, uma importante parte do *New Deal*, o *Modernization Credit Plan* do *Federal Housing Administration* — uma provisão federal que disponibilizou bilhões de dólares para estimular os proprietários de lojas a renovarem as fachadas das suas lojas — ajudou a transformar as áreas urbanas comerciais das cidades norte-americanas, pequenas e grandes, durante os anos 1930. A renovação das lojas atendeu a uma série de finalidades complexas, como o estímulo do consumo da população, a ampliação da influência do *New Deal* e o impulso à estagnada indústria da construção pela introdução do projeto moderno na paisagem do cotidiano do norte-americano. A crise econômica da Depressão e a demanda do consumo burguês teceram o cenário da relação político, sócio-cultural e arquitetônica que possibilitou a modernização das fachadas das lojas do comércio de rua norte-americanas. As *Main Streets* tornaram-se um potencial palco, físico e retórico, para a recuperação econômica e o progresso, centros comerciais únicos que redefiniram o ambiente construído e as suas comunidades. Muito do *New Deal* foi a promessa de estimular o empréstimo e o gasto de recursos financeiros, de uma maneira que estas transações se tornaram um dever patriótico, um símbolo de recuperação social e econômica, cujo cenário foi, portanto, a paisagem das fachadas das lojas das *Main Streets*⁵⁵.

A aprofundada pesquisa de Esperdy (2008, p. 3) revela os números significativos dessa empreitada econômica do governo de Franklin Roosevelt. Em 1934, o governo federal estimou que havia um milhão e meio de lojas operando nos Estados Unidos, distribuídas na sua maioria nos distritos centrais de negócios e principais

⁵⁵ Hoje o termo *Main Street* está associado às pequenas cidades norte-americanas e transmite a conotação de nostalgia e tradição. Na década de 1930, a *Main Street* foi símbolo de modernização para todas as cidades, grandes e pequenas — a *downtown* das cidades norte-americanas.

corredores comerciais das grandes e pequenas cidades, e também no crescente comércio de beira de estrada das periferias urbanas. Entre 1934 e 1944, cinco bilhões de dólares foram investidos na modernização da maioria dessas lojas. Vale destacar que esse volume de investimento no setor comercial a nível nacional ocorreu em um momento de crise econômica em que a construção em larga-escala estava praticamente estagnada e mais de quatro milhões de operários da indústria da construção estavam desempregados. Esse movimento de modernização, patrocinado pelo governo federal norte-americano, foi implementado em toda a nação e atingiu oito mil comunidades. O símbolo de um futuro otimista foi traduzido na modernização das fachadas das lojas pelo uso de materiais da idade da máquina, como vidro estrutural, aço esmaltado, tijolo de vidro e alumínio extrudado.

Este cenário histórico, político-econômico e sócio-cultural, é fundamental para o estudo e entendimento do objeto de estudo deste trabalho, a arquitetura de hospitalidade de Morris Lapidus. O contexto urbano da loja é fundamental para entender a sua significância, especialmente considerando que a *Main Street* foi o centro da vida comercial da nação nos anos 1930. Por sua vez, o contexto urbano do *hotel-resort* é fundamental para entender a sua significância, especialmente considerando que Miami foi o centro da vida recreativa da nação nos anos 1950.

O conceito de “destruição criativa” do economista Joseph Schumpeter, usado para explicar as transformações urbanas no começo do século XX, pode ser aplicado para examinar a modernização da *Main Street* norte-americana da década de 1930 e, similarmente, a criação dos hotéis-balneários da década de 1950. De acordo com Schumpeter (2010, p. 82-83), esse termo descreve o “processo de mutação industrial que incessantemente revoluciona a estrutura econômica interna, destruindo incessantemente o antigo, criando incessantemente o novo”. A expressão “destruição criativa”, popularizada na década de 1950, foi usada para descrever o processo disruptivo de transformação que acompanhou essa inovação:

O capitalismo [...] é, por natureza, uma forma ou método de mudança econômica [...] que nunca pode ser estacionário. [...] O impulso fundamental que define e mantém o mecanismo capitalista em movimento vem dos novos bens dos consumidores, dos novos métodos de produção ou transporte, dos novos mercados, das novas formas de organização industrial que a empresa capitalista cria. (SCHUMPETER, 2010, p. 82-83, grifo nosso, tradução nossa).

Nesse contexto, a arquitetura da hospitalidade de Morris Lapidus — da modernização das lojas à criação do *hotel-resort* tropical — é examinada a partir da relação única entre cultura de consumo e arquitetura. Portanto, este trabalho considera como o *marketing* (ambos público e corporativo) e o consumismo (do comércio da loja ao hotel), bem como as questões do aumento de poder aquisitivo, da formação de um novo mercado (o fortalecimento da burguesia dos anos 1930 e da classe-média do segundo pós-guerra), dos novos métodos e materiais de construção e da proliferação das cadeias corporativas e dos automóveis definiram a paisagem construída e cultural, ambas social e física, nos Estados Unidos no século XX. Esse mesmo jogo dinâmico das forças culturais e econômicas estava ativo no setor do comércio das lojas da *Main Street* da Depressão e no setor de recreação dos hotéis-balneários de Miami Beach nos anos 1950.

Em seu estudo sobre a evolução dos centros urbanos no decorrer do século XX, a historiadora Alison Isenberg (2004, p. 6) destaca que o interesse do mercado imobiliário e dos agentes da indústria da construção utilizaram a modernização para manter o valor imobiliário da propriedade e estimular a atividade no setor da construção e a promoção de vendas durante a Depressão, fundamentada na relação da preocupação da modernização das lojas com a psicologia do consumidor e o estilo moderno da arquitetura.

Esse processo de modernização dos anos 1930 transformou-se em um movimento organizado pelo programa do *New Deal* de Franklin Roosevelt. O conceito do *New Deal* estava nos programas sociais, desenvolvidos e construídos pelo próprio governo, como escolas pela *Public Works Administration*, postos de correios pelo *Treasury Department*, bem como projetos habitacionais urbanos e suburbanos, pontes e

estradas, parques e *playgrounds*. Esperdy (2008, p. 6-7) ressalta que, embora a modernização da construção tenha sido uma estratégia para combater o declínio da indústria da construção durante a Depressão, que estava em prática há alguns anos, o *New Deal* passou a comandar o processo em 1934, com a aprovação do *National Housing Act*. Autorizado pelo *Title I* da lei, a *Federal Housing Administration* (FHA) começou a assegurar clientes privados contra perdas em empréstimos de juros baixos, criados para a modernização de edifícios residenciais e não-residenciais existentes. Ao mesmo tempo, o FHA iniciou uma ambiciosa campanha de relações públicas, intencionada a promover a modernização da construção como remediação dos efeitos da Depressão: a modernização estimularia a atividade da construção que colocaria fundos de volta em circulação e que recolocaria, por sua vez, pessoas no mercado de trabalho. Ao mesmo tempo, com o incentivo do *Modernization Credit Plan*, a loja modernizada estimularia a atividade de consumo que colocaria ainda mais fundos de volta em circulação, especialmente com aqueles que estavam anteriormente desempregados. Enquanto o *Title I* foi responsável pela modernização dos edifícios residenciais e também pelas iniciativas de modernização da *Main Street* pela FHA, o *Title II* ofereceu seguro de hipotecas para novas construções do setor residencial, sendo considerado por muitos como o prelúdio do programa de garantia de hipoteca do FHA no pós-guerra, que foi responsável pelo financiamento da expansão da suburbanização da nação.

A *Main Street* norte-americana emergiu na imaginação da população, no começo do século XX, como a encarnação do ideal cultural e urbanístico. Até os anos 1930, a *Main Street* confrontou a descentralização e mudança dos padrões de comércio do varejo, incluindo o desenvolvimento do comércio ao longo das ruas urbanas e suburbanas (*strip mall*) e a ascensão das cadeias corporativas. E assim, a imagem da *Main Street* foi redefinida para se adaptar à cultura dominante do século XX: progressiva, orientada para o futuro e moderna.

O governo federal habilmente explorou essa situação depois que a modernização tornou-se política pública. A campanha massiva que encorajou a modernização tocou a conjunção de negócios e valores comunitários da *Main Street* e transformou

um esforço de promoção pública em apoiar o capitalismo em larga-escala no que parecia ser somente um passivo movimento em massa. Este movimento obteve êxito a nível local e nacional porque contava com o aparato sofisticado da propaganda moderna e das relações públicas para estimular o consumismo, mesmo em plena Depressão. Instigada por essa ação do governo, a indústria da construção fez o mesmo. Fabricantes corporativos de materiais de construção iniciaram uma extensa variedade de atividades promocionais—incluindo propaganda massiva, financiamento privado ao consumidor e concursos de arquitetura—, com o objetivo de “vender” a modernização, simultaneamente a arquitetos e varejistas. O objetivo era aumentar as vendas apesar da contração em grande escala do setor da construção. Esses fabricantes alcançaram isso, principalmente, por meio da modernização dos equipamentos das suas fábricas e do *marketing* das suas linhas de produtos, visando atender à modernização das lojas por meio das especificações dos projetos dos arquitetos e dos requisitos de *merchandising* dos varejistas.

Aqui os fabricantes de materiais de construção estavam seguindo o modelo dos fabricantes de bens de consumo que haviam re-estilizados seus produtos por apelo visual para aumentar as vendas na Depressão. O que era eficaz para vender carros e geladeira, era também eficaz para vender as fachadas das lojas. As lojas modernizadas tinham muito em comum com os produtos de consumo em geral—produzida em massa (de partes padronizadas), largamente promovidas por sofisticada propaganda, facilmente comprada a crédito, e apresentando estilos atualizados que eram instantaneamente reconhecíveis.

No final, esse modelo de bem de consumo tornou-se um paradigma para a modernização da construção, eventualmente influenciando cada aspecto do processo, do financiamento ao *design*. Essas estratégias foram efetivas, do bem-de-consumo à modernizada fachada de loja, porque respondiam ao que era entendido como “conceito” e “imagem” de um elemento definidor da cultura norte-americana nos anos 1930: a experiência de modernidade. Na cultura da Depressão, forma e simbolismo definiram o projeto de modernização das lojas da *Main Street* norte-americana.

Nesse contexto, é importante observar como os projetos de Morris Lapidus destacaram-se pela sua evolução a partir do trabalho de superfície proto-moderna da fachada da loja à ruptura da separação entre interior e exterior da loja, com a criação dos espaços direcionada pelo cuidado extremo em conduzir o consumidor ao interior da loja. O conceito desse movimento de modernidade foi dramaticamente expresso na modernização dos atributos formais e simbólicos das fachadas das lojas de Lapidus — caracterizados pela fachada assimétrica, plana e depois curvilínea, pela aplicação de motivos de superfície e por letreiros arrojados. A identificação do projeto moderno de loja estava associada à imagem de progresso e de otimismo. O impacto da sua arquitetura das lojas foi mais visual do que espacial, considerando que o projeto era confinado primariamente na frente e na fachada da loja que, por sua vez, passavam a funcionar como um *outdoor*, a fachada da loja como propaganda em si.

No início, a modernização representava, socialmente e politicamente, os instintos básicos do mercado livre, motivado principalmente pelo lucro, interesse pessoal e consumo competitivo. Esses valores ampliaram-se no contexto social e cultural do processo de modernização na Depressão. Socialmente, as modernizadas fachadas das lojas serviram como uma profecia visual de eminente prosperidade para inspirar a confiança do público e para oferecer o foco para a redireção da representação cívica do cidadão. Politicamente, o movimento de modernização ampliou a esfera de influência do *New Deal*, originalmente uma tentativa de efetivar mudança a partir do nível elementar do mercado livre capitalista, para transformar o impulso da compra em um ato de importância nacional. Economicamente, os projetos das fachadas das lojas contribuíram com uma participação substancial da atividade da construção nos anos 1930, revitalizando um setor que estava estagnado desde a crise econômica de 1929, oferecendo trabalho para *designers* (inclusive arquitetos), empreiteiras e fabricantes do setor da construção.

O conjunto de lojas da *Main Street*, portanto, foi formado pelas forças principais dos anos 1930, a crise da Depressão e a pressão do consumismo da burguesia emer-

gente. A loja surgiu como um produto de cultura do consumo, atendendo a programas passageiros de *merchandising*, refletindo valores estéticos fugazes, e mudando rapidamente do projeto à instalação e da utilidade ao desuso. Efemeridade era a característica das lojas na época da Depressão. Por estar sujeita às exigências do mercado — e os imperativos das relações de suprimento e demanda, bem como de produção e consumo que isto implicava — as fachadas das lojas registraram um desenvolvimento cultural com um imediatismo e franqueza negados pelos edifícios mais permanentes e monumentais. A fachada da *Main Street* foi um produto de reação à crise econômica da década de 1930, transformado em um palco de recuperação econômica e de progresso.

Fundamentalmente, sob a perspectiva histórica contemporânea, como resposta à Depressão e caracterizada pela cultura de consumo, a fachada da loja modernizada transcendeu o seu momento histórico. Ela imortalizou-se como uma referência de arquitetura moderna-vernacular. A estética que reflete a cultura dos Estados Unidos na década de 1930 emergiu da paisagem norte-americana definida pelo corredor comercial da *Main Street*. A sua recuperação histórica, associada ao estudo da escala humana do usuário em arquitetura, passou a ser enfatizada principalmente no início da década de 1970 com o Pós-Modernismo. Com o estudo da obra de Morris Lapidus, este trabalho recupera a história do moderno-vernacular, posteriormente manifestado nos projetos de *hotel-resort* de Miami Beach no segundo pós-guerra. Pela cultura que esses hotéis-balneários de Lapidus produziram, eles são aqui interpretados como uma extensão e evolução histórica do paradigma de otimismo das lojas modernizadas da *Main Street* norte-americana na Depressão, estabelecidos continuamente durante o governo de Franklin Roosevelt.

3.1.5 Arquitetura modernizante

O primeiro projeto original de interiores de Lapidus foi para o bar privado para a empresa *Seagram* no *Chrysler Building*, de 1936. Este não era um espaço comercial comum, em que havia a necessidade de atrair das ruas clientes em potencial. O bar

privado permitiu que ele oferecesse um ambiente agradável para o bem-sucedido homem de negócios. Quanto maior a liberdade para ornamentar espaços, com mais paixão Lapidus conduzia os seus projetos. A paixão e a liberdade para projetar, associados ao perfil do seu cliente, ofereceram a Lapidus a oportunidade de poder criar o seu primeiro projeto de interiores de maneira verdadeiramente pessoal. Como resultado, ele estabeleceu um padrão de temas que formariam a sua metodologia de projeto.

Os elementos-chaves dos interiores do bar privado *Seagram*, que foram implementados por ele durante o seu período de lojas e reapareceram posteriormente nos seus hotéis, são: a parede lateral ondulada, a parede dos fundos iluminada como ponto focal dos interiores, e o forro em níveis realçado por iluminação indireta por sancas de iluminação com motivos decorativos. Esses são os elementos básicos dos interiores de Lapidus que, pela primeira vez, foram usados no projeto moderno para o bar privado *Seagram*.

Para atrair o comprador para o fundo da loja, fazendo-o explorar os espaços ao longo de todo o seu comprimento, Lapidus frequentemente explorou motivos exóticos e iluminação abundante nas áreas próximas à parede de fundo da loja. Ele denominou este recurso de “*moth principle*” (princípio da mariposa). Pessoas são atraídas pela luz como mariposas. Ele acrescentou interesse, variedade, contraste, luz e dimensão ao bar *Seagram* com a composição da sua parede de fundos, revestida em madeira ebanizada. Os recortes circulares iluminados (posteriormente, denominados pela crítica simpática como *cheese holes*) dessa parede de fundos serviam como mini vitrines para a exposição das garrafas de *whisky*, recentemente liberado com o fim da Proibição. A parede lateral ondulada acomodava os sofás curvados e acolchoados em couro, e definia a área das mesas, cuja carpintaria era em carvalho. O balcão do bar, ondulado, era duplicado pela parede de fundo espelhada, um novo elemento que Lapidus começava a incorporar nas suas lojas. O piso em linóleo preto refletia a iluminação arquitetural, sempre desenvolvida em seus projetos com maestria.

Figura 96 — Bar Privado *Seagram*, *Crysler Building*, Nova York, 1936. Planta.

Fonte: Düttmann; Schneider, 1992, p. 86.

Figura 97 — Bar Privado *Seagram*, *Crysler Building*, Nova York, 1936. Interior.

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

O pequeno espaço retangular do Bar *Seagram* é um microcosmo do que viria a ser os saguões dos seus hotéis-balneários de Miami Beach. Nenhum desses temas são unicamente originais em Lapidus, mas a combinação desses temas para efeitos espaciais, com objetivo comercial, é próprio dele e passariam a definir o "estilo Lapidus".

Esses atributos do projeto de Lapidus — a parede lateral curvilinear, a parede de fundo iluminada e o uso de sanca para iluminação indireta em rebaixos de forros — são primárias. Outra característica presente nos seus interiores, que Lapidus continuou a usar de maneira única é o grafismo nas superfícies das paredes, formando um mural. Ele constantemente usou grandes ilustrações, fotografias ou desenhos murais em muito dos seus projetos. Os grandes murais, um elemento da arquitetura moderna que evidenciou a integração das artes, tornaram-se parte substancial da sua arquitetura. Toda superfície — parede, piso ou forro — foi cuidadosamente trabalhada nos seus interiores. Apesar do projeto do Bar *Seagram* ter sido contratado por intermédio da parceria com a empresa *Ross-Frankel*, Lapidus estava em um ambiente privado aristocrático, longe das ruas do comércio varejista. Talvez aqui ele estivesse conscientemente tentando obter resultados como os "grandes arquitetos", e foi bem-sucedido.

Alguns dos seus temas exclusivos, definidos no bar *Seagram* continuaram a aparecer em outros projetos. No entanto, ele poderia, ao mesmo tempo, trabalhar um interior puro e estéril, de um modo pseudo-Bauhaus como para o showroom e interiores para um laboratório para a empresa alemã *Eimer & Amend*, em Nova York, de 1934. O partido do projeto remete ao tipo de empresa e produto comercializado: equipamento médico e científico. O showroom era austero, com suas paredes esbranquiçadas, uso de metal e vidro e lâmpadas fluorescentes.

Figura 98 — Empresa alemã *Eimer & Amend*, showroom, Nova York, 1934. Interior.

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

Para Lapidus, Mies foi o homem responsável pela "falta de humanidade da arquitetura moderna", responsável pela "nítida simplicidade do tubo de ensaio" que resultou em uma arquitetura "árida, estéril e geladamente desnuda", uma declaração de Lapidus em um artigo não publicado, de 1954⁵⁶. É, portanto, surpreendente encontrar Lapidus construindo esse espaço racional e frio, com paredes brancas nuas, colunas quadradas sem decoração e luminárias retangulares no forro plano. Um interior puramente funcional, com acessórios funcionais, não era um "Lapidus natural", mas no período entre 1928 e 1944, extremamente produtivo, ele projetou de tudo um pouco. Uma das principais características de Lapidus é de, primordialmente, ter respondido com um projeto que valorizasse a marca do produto comercializado.

⁵⁶ Cf. "Morris Lapidus Papers", Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY, Estados Unidos.

Quando Lapidus foi contratado a modernizar os espaços da *Wallach Brothers Clothing Store*, terminada em 1936, no Bronx, ele buscou referências da arquitetura do Norte Europeu. As formas expressionistas de Mendelsohn foram adaptadas em escala menor em uma esquina no Bronx. A esquina arredondada, com faixas horizontais da superfície da parede, que embrulhava em volta do edifício de Lapidus era evidente em muitos projetos de Mendelsohn, especialmente a loja de departamento *Schocken Department Store*, em Stuttgart, cujo projeto era de 1925-1926. A loja de dois andares, o lote de esquina e o programa emprestaram-se para esse partido de projeto.

A solução de Lapidus foi primariamente alcançada com o encurvamento das superfícies planas e o uso de iluminação. Durante a Depressão, a grande maioria das compras era feita à noite, portanto o projeto inteiro era um grande *outdoor* iluminado, uma grande vitrine iluminada para atrair e convidar os compradores a entrem na loja. À noite o edifício era um show de luz. A frente toda era um estudo em tijolo de vidro, vidro fumê, e porcelana preta e bronze. O tijolo de vidro estava sendo produzido e ele foi um dos primeiros a usá-lo em suas obras. As letras metálicas invertidas para o letreiro com *neon* foram projetadas na superfície negra da fachada da loja. Cada parte do projeto era puramente funcional. Não havia ornamentação desnecessária ou uso excessivo de materiais. Todos os elementos usados na frente da loja eram absolutamente essenciais, e bem projetados para atender às suas próprias funções. O resultado era incomum, simplesmente porque o projeto atendia à finalidade definitiva de expor as mercadorias e criar um atrativo letreiro para a loja. A loja era um *outdoor*.

Outro uso teatral do tijolo de vidro pode ser visto na loja de departamento *Sachs*, de Lapidus, terminada em 1937, um iluminado *shaft* ondulado de tijolo de vidro. Para esconder uma coluna (artifício comum em seus projetos), ele usou um tijolo de vidro curvilíneo que formou um volume que servia de vitrine para as jóias. O tijolo de vidro era iluminado com lâmpadas fluorescentes. Este tipo de dispositivo descreve um uso extravagante do material com o objetivo máximo em deslumbrar o consumidor e iluminar o espaço público.

Figuras 99 e 100 — *Wallach's*, Bronx, Nova York, 1936. Fachada de esquina (à esquerda). *Sachs Department Store* (móveis, roupas masculinas e femininas e joalheria), Bronx, Nova York, 1937. Fachada de esquina (à direita).

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

Seguindo o espírito de modernização do país, Lapidus estava presente com um projeto para um pavilhão para a Feira Mundial de Nova York de 1939, um evento significativo na história da cidade de Nova York e na cultura norte-americana. A Feira Mundial contribuiu para o desenvolvimento físico da cidade através de grandes projetos de infraestrutura, mas igualmente importante, capturou o espírito de sua era. A Feira Mundial de 1939 foi considerada um dos momentos culturais mais importantes da era da Depressão, refletindo a busca de um futuro mais próspero e racional através da ciência, tecnologia e o renascimento do consumismo.

Em 1938, a *Distilled Spirits Exhibit, Inc.* foi formada e organizada para patrocinar o pavilhão da *Distillers* para a Feira Mundial de Nova York de 1939. As três maiores destilarias de *whisky* do grupo *Distilled Spirits Institute* solicitaram para que seus arquitetos apresentassem propostas de projeto para o pavilhão. Morris Lapidus representou o seu cliente *Seagram*, junto à firma *Ross-Frankel*, que foi o vencedor. A

empresa *Schenly* só participaria se seu arquiteto, Morris Senders, estivesse envolvido no projeto. Daí a parceria Morris Lapidus/Morris Senders para o pavilhão do *Distilled Spirits Institute*. Ambos projetaram o pavilhão. No entanto, os interiores e os espaços de exposição eram de Lapidus, que visou educar, com seu projeto, o visitante sobre a história da indústria da destilação de *whisky* nos Estados Unidos. Ele apresentou um ambiente que expôs o tema do destilado de uma maneira discreta, educativa e histórica.

O elemento central do pavilhão era um deorama, uma espiral de pouco mais de nove metros de altura. O display movia lentamente, mostrando o processo completo de destilação do *whisky*. Os interiores foram planejados com paredes curvas e angulares, recursos que se tornariam elementos das suas "teorias" de arquitetura de interiores do setor da hospitalidade. Lapidus passou dois anos pesquisando sobre o processo completo de produção do *whisky*. O resultado dessa pesquisa materializou-se em uma série de fotos-murais, de cerca de três metros e meio de altura por seis metros de largura, para expor a evolução história do destilado. Tais recursos de fotomontagem usada como murais se tornariam comum nos seus interiores, alcançando efeitos impressionantes como a ampliação fotográfica de um trabalho de Piranesi no saguão do hotel *Fontainebleau*, em Miami Beach.

Figuras 101 e 102 — Pavilhão da *Distilled Spirits Institute*, Feira Mundial de Nova York, 1939. Lapidus com a maquete dos espaços de exposição do pavilhão (à esquerda). Mural da exposição, ilustrando a história da indústria da destilação de *whisky* nos Estados Unidos (à direita).

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

Figura 103 — Pavilhão *Distilled Spirits*, Feira Mundial de Nova York, 1939. Desenho.

Fonte: “Morris Lapidus Papers”, Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY, Estados Unidos.

Figura 104 — Pavilhão *Distilled Spirits*, Feira Mundial de Nova York, 1939. Fachada.

Fonte: Museum of the City of New York. Fotografia de Wurts Bros.

A exposição agradou a Robert Barry da *National Distillers*, presidente do “*Creative Committee*”, que supervisou as exposições. Frank R. Schwengel, da *Seagram*, era o presidente do *Building Committee*. Numa carta de 6 de fevereiro de 1939, de Robert Barry para o General Schwengel, ele comunicou o trabalho realizado pelo comitê. Ele escreveu, “Evan Frankel e Morris Sanders tem sido sempre prestativos, mas a dívida especial do comitê é reconhecida a Morris Lapidus, da organização *Ross-Frankel*, cuja genialidade em desenvolver os *displays* dos interiores tem repetidamente surpreendido e encantado a todos”⁵⁷

Até meados da década de 1940, os projetos de lojas de Lapidus salpicaram na face do público das *Main Streets* de pequenas e grandes cidades. Havia variedade na composição da forma de suas lojas para comércio de rua. Algumas lojas eram fechadas, enquanto outras eram abertas. Elas tinham realçado a mercadoria, a obscurecido ou a simbolizado.

O início da década de 1940 resumiria o seu desenvolvimento durante esse período experimental: a fachada da loja como um dramático *outdoor* projetada para o tráfego do pedestre e do consumidor motorizado; o desenvolvimento de um fluxo para o comprador, sendo cada elemento no projeto determinado pela escala do usuário; e a solução ao problema funcional de abrir a frente da loja. Em 1943, seu último ano junto à *Ross-Frankel*, a *Martin’s Men’s Shop* foi sua resposta final à questão de abrir a frente da loja. Neste projeto não há a frente da loja. O próprio interior torna-se uma vitrine com o uso vasto de vidro temperado. Na realidade, ele havia trazido a loja inteira para a frente da loja. A fachada torna-se a loja e a loja torna-se a fachada.

⁵⁷ Trecho de uma carta do arquivo do arquiteto. Cf. “Morris Lapidus Papers”, Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY, Estados Unidos.

Figura 105—*Martin's Men's Shop*, Nova York, NY, 1943.

Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

Um estudo dos valores de Lapidus é evidente no seu artigo de 1941 para a *Architectural Record*⁵⁸ que, em parte, resumiu as ideias da sua arquitetura dos anos da Depressão. É um documento importante porque ele apresentou, sem teorização extensiva ou exagerada, as suas ideias de um arquiteto que havia, por opção, rejeitado o *International Style*. Lapidus apresentou de maneira direta e pragmática um método estético-funcional, como a antecipação de um criticismo moderno do fim da década de 1960. A ideia central do artigo era sobre uma arquitetura preocupada com a escala humana e a participação humana. De certa maneira, Lapidus estava à frente da mudança do rumo da arquitetura. O artigo de 1941 teve uma profética foto de capa. Ela mostrou um grupo de pessoas caminhando em meandros na *Main Street*

⁵⁸ Recorte do artigo encontrado no arquivo de Morria Lapidus. "Morris Lapidus Papers", Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY, Estados Unidos.

abaixo. Aquelas pessoas vinham sendo o símbolo do foco central dos projetos de Lapidus, a sua preocupação em diretamente trabalhar com o usuário. Esse seu interesse em trabalhar próximo dessa massa humana determinou muito do que ele havia projetado e construído.

Os três objetivos para os seus projetos de lojas de rua eram: expor a mercadoria, publicitar vinte e quatro horas por dia, impressionar e convidar as pessoas. Dentro do seu estilo, Lapidus não apresentou uma forma ou regra para fins gerais e funcionais. Ele não criou um método de trabalho para uma arquitetura multi-funcional. Cada cliente e uso do espaço informavam a solução final de cada projeto. A *Main Street* foi para ele uma oportunidade de expressão real de uma arquitetura a nível nacional. A importância dessa afirmação em 1941 estava também no fato de que a verdadeira expressão arquitetônica nacional dos Estados Unidos estava sendo identificada pela comunidade da arquitetura como algo diferente. A coleção de edifícios individuais que exibia um “estilo” consistentemente reconhecível era lida como uma expressão nacional. Enquanto os historiadores da arquitetura estavam separando um grupo de monumentos que refletia uma forma dominante recém-descoberta no século XX—o *International Style*—, Morris Lapidus havia definido para a história da arquitetura, pelo menos de maneira implícita, uma direção da base formada pelo público comum. Lapidus também estava reconhecendo a significância de uma arquitetura que havia formado o ambiente construído do cotidiano do norte-americano, mesmo que ela tenha sido considerada pela historiografia da arquitetura como uma obra secundária e irrelevante.

3.2 A OBRA DE MORRIS LAPIDUS: DAS LOJAS AOS HOTÉIS (1945-1953)

A economia dos anos de guerra levou Lapidus a experimentar com materiais para a construção bem como para a ornamentação. Mesmo as restrições causadas pela economia não comprometeram o seu entusiasmo e interesse por textura, contraste e cor. Ele aprendeu, com maestria, a dar vida a materiais ordinários. Lapidus

abriu o seu escritório em 1945, motivado pelo entusiasmo do fim da guerra e pelo crescimento econômico do país. Durante o período 1928-1944, de profunda crise econômica, ele projetou e construiu centenas de lojas. O treinamento de uma década e meia, refletido no seu vasto inventário, ofereceu-lhe segurança para implementar suas “teorias” de projeto. Enquanto o otimismo dos anos da Depressão traduziu o progresso e a modernidade em linhas simples, o otimismo associado à riqueza econômica do segundo pós-guerra expressou a modernidade em excesso e abundância.

3.2.1 O arquiteto independente: da loja ao hotel

A loja de sapatos *Ansonia*, inaugurada em Nova York em 1945, era um glamoroso display de luzes e formas que revelou um arquiteto seguro que não temia o exagero. Neste projeto, Lapidus usou as suas “teorias” de projeto, desenvolvidas para as suas lojas, ao longo de quinze anos. Embora Lapidus tivesse emprestado de várias fontes, até contraditórias, como precedentes de projeto, ele desenvolveu o seu próprio repertório.

O espaço, de doze metros de largura e trinta e seis metros de comprimento, propôs um desafio de projeto. As mulheres caminhariam trinta e seis metros para sentar-se e experimentar sapatos? O espaço longo e estreito tornou-se um carnaval barroco. Sua recém-encontrada independência estava em ação. Muitos dos seus temas bem-trabalhados foram repetidos, mas de uma maneira segura não reconhecida anteriormente. Esses temas foram definidos posteriormente por entusiasmados admiradores como: “*the cheese-holes, the bean poles and the woogles*” (os recortes circulares, as colunas metálicas e as formas livres).

Neste projeto, ele não mais usava as caixas de sapatos como revestimento das paredes, que passaram a ficar escondidas atrás das paredes adicionadas, nas laterais da loja. O acesso ao depósito de sapatos era feito por uma abertura na parede, também decorada com motivos que parodiavam formas barrocos. A luz foi salpicada ao

longo das compridas paredes laterais por pequenas vitrines iluminadas, com moldura ornamentada, com o objetivo de conduzir os clientes ao fundo da loja. Aqui ele repetia um dispositivo usado antes, “a teoria da mariposa”, comparando o comportamento das pessoas em lojas como mariposas, por serem atraídas pela luz. No fundo da loja, ele construiu uma parede de painéis translúcidos iluminados por trás. Como ponto focal do eixo central da loja, ele colocou uma peça com formas orgânicas extravagantes: uma coluna, uma voluta distorcida e uma arquitrave fundidas que formaram uma peça escultural que servia de mostruário para sapatos. Aqui entrava em cena as mãos treinadas em ornamentação.

A sequência de ornamentação continuou no tratamento da superfície das três grandes colunas centrais, como uma solução de projeto para a incômoda fila de colunas situadas no meio da loja. Buscando transformá-las em elementos mais interessantes na composição, Lapidus alargou as pequenas colunas e as revestiu com *faux marble* (*scagliola*), um material trazido por um artesão italiano conhecido dele. Na superfície marmorizada das colunas, ele criou uma sequência de arandelas em espiral, um “ornamento barroco”, segundo ele.⁵⁹ A luz provinda das arandelas rodopiava na superfície polida da pedra falsa de revestimento das colunas. No topo de cada coluna, o forro foi aberto com um grande círculo e sancas de iluminação jorravam luz, coluna abaixo, criando um senso de expansão do pé-direito e de abertura do espaço da loja. As colunas desapareciam em uma larga e iluminada abertura circular no forro, omitindo o efeito estrutural das colunas. O pronunciamento funcional estrutural das colunas foi eliminado ainda mais quando Lapidus embrulhou as suas bases com um assento. A base de cada coluna estruturava um gigantesco sofá estofado, fora de escala em relação ao resto do mobiliário, que adicionava, de forma massiva e exagerada, “luxo” ao interior. O excesso foi amplificado pelos braços divisores do sofá que eram em madeira, com entalhes em formas de asas em movimento.

⁵⁹ Notas de Lapidus ao seu acervo fotográfico. Cf. Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

Figuras 106 e 107 — *Ansonia Shoe Store*, Nova York, NY, 1945. Interiores. Figura 106 — Vista da entrada. Figura 107 — Coluna e porta de acesso ao estoque.

Figuras 108 e 109 — *Ansonia Shoe Store*, Nova York, NY, 1945. Interiores. Figura 108 — Área e balcão de recepção. Figura 109 — Três colunas em perspectiva.

Figuras 110 e 111 — *Ansonia Shoe Store*, Nova York, NY, 1945. Interiores. Figura 110 — Vista do meio ao fundo da loja. Figura 111 — *Display* iluminado para sapatos.

Figuras 112 e 113 — *Ansonia Shoe Store*, Nova York, NY, 1945. Interiores. Figura 112 — Fundo da loja. Figura 113 — Vista da frente ao fundo da loja.

Fonte: Figuras 106 a 113 — Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C.

Este projeto para a loja *Ansonia* ilustra a solução de projeto que viria a ser utilizada para os interiores dos seus hotéis. O recurso em buscar esconder as linhas da arquitetura e os seus elementos estruturais pelo uso de ornamentação nos espaços internos viria a ser utilizado enfaticamente nos seus hotéis-balneários do pós-guerra. A grelha estrutural foi ignorada por completo. Lapidus buscou com uma gama de soluções ornamentais romper com a rigidez dos quadrados e retângulos provindos da malha estrutural.

A função estrutural das colunas desapareceu por completo no espaço da loja: as esbeltas colunas quadradas, deixadas visíveis no espaço do saguão da loja, foram arredondadas, alargadas e revestidas, imitando mármore; as colunas sem função ornamental no projeto foram completamente escondidas pela adição de paredes; as sancas de iluminação esconderam o detalhe da coluna com a laje; o corpo da coluna serviu como base para as arandelas; e o detalhe da base da coluna com o piso foi encoberto pelo sofá. Este ato anti-moderno, de negação da “verdade dos materiais” pelo uso da ornamentação, seria fortemente condenado pela crítica da arquitetura moderna. Lapidus havia se atirado na sua prática independente com um entusiasmo e confiança! Ele tinha ultrapassado e repetido a si mesmo, ao extremo. Estava estabelecido o “estilo Morris Lapidus” para os anos 1950.

Figura 114—*Ansonia Shoe Store*, Nova York, NY, 1945. Planta.

Fonte: Fernandez, 1950, p. 133.

3.2.2 A inspiração do Surrealismo Abstrato na obra de Morris Lapidus:

Na metade da década de 1920, a teoria do Surrealismo que surgiu como um novo movimento, principalmente literário, rejeitou diretamente as pressuposições em que a arte abstrata estava baseada. Essa reação surrealista veio a sacudir a base daqueles que viram uma iminente síntese artística do século XX em termos puramente mecanicistas. Mais significativo para os arquitetos foi o denominado “Surrealismo Abstrato” (HITCHCOCK Jr., 1948, p. 40). No trabalho de Jean Hans Arp e Joan Miró, curvas livres que sugerem, mas não diretamente representam, as formas de organismos naturais tomam o lugar das mais simples curvas geométricas e das linhas retas dos puristas franceses e dos artistas abstratos holandeses e alemães. Arp foi um dos primeiros artistas a desviar-se do formalismo da arte parisiense, em direção a formas livres e a uma abordagem psicológica em lugar da abordagem mecanicista de formas simplificadas (RATHBUN, 1948, p. 102). Distante da visão da autonomia Platônica do universo das puras formas matemáticas que geraram as superfícies de gesso lisas e brancas, o uso de materiais naturais em alguns relevos de Arp e a exploração dos fundos manchados das pinturas de Miró, como observa Hitchcock Jr. (1948, p. 42), contribuíram com sugestões para aplicações de acabamentos e texturas de materiais aos arquitetos modernos. As curvas livres de Arp e Miró, foram largamente utilizadas com a intenção de aliviar a severidade da arquitetura moderna.

Figura 115— Jean Arp. *Constellation with Five White Forms and Two Black, Variation III*, 1932.

Figura 116 — Joan Miró. *Figure, Dog, Bird*, 1946.

Fonte: Figuras 115 e 116 — Solomon R. Guggenheim Museum, Nova York, NY.

Esta manifestação de arte abstrata anti-cubista não foi adaptada por Morris Lapidus ao ornamento, mas utilizada nos detalhes das "formas livres" das vitrines, luminárias, forros suspensos e sancas de iluminação dos seus interiores para os seus projetos de lojas, referência que foi ampliada nos seus hotéis-balneários em Miami Beach.

Outro exemplo de interiores de loja de sapatos que antecipou as ideias básicas de composição dos saguões dos seus hotéis da década de 1950 pode ser notado no projeto da *Beck Shoes*, localizada na esquina da Quinta avenida e rua 47, em Nova York, de 1949. Misturas de recursos decorativos foram usadas livremente por Lapidus para tornar os interiores mais atrativos, além de atender às necessidades funcionais. O interior da *Beck Shoes* era um simples retângulo, repleto de uma profusão de dispositivos, usados para definir um espaço teatral, negando o espaço definido pela arquitetura original. O uso de vidro temperado trouxe os interiores para a frente da loja, recurso usado primeiramente na sua loja *Martin's Men's Shop*, em

Nova York, em 1943. As formas livres em bumerangue (*woogle*), uma reminiscência da influência europeia do Surrealismo Abstrato, de Arp e Miró, do fim da década de 1920, formavam a sanca de iluminação e um dispositivo decorativo-funcional do forro que atravessava pelo vidro, estendendo-se do exterior ao interior da loja, um gesto literal de romper a linha divisória entre exterior e interior e atrair os consumidores para dentro da loja.

Figura 117 — *A.S. Beck Shoes Store*, Nova York, NY, 1949. Perspectiva colorida evidenciando a ruptura da separação entre exterior e interior da loja com uso de vidro temperado. Detalhe do forro em forma de bumerangue, “*woogle*”, forma livre surrealista abstrata. Destaque à iluminação, uso de cores e materiais.

Fonte — Pinterest.

Figuras 118 e 119—*A.S. Beck Shoes Store*, Nova York, NY, 1949. Entrada da loja, detalhe do forro em forma de bumerangue, “woogle”, forma livre surrealista abstrata (à esquerda). Interior da loja. Detalhe do forro em forma de bumerangue, “woogle”, forma livre surrealista abstrata (à direita).

Fonte: Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C.

Para a *Armstrong Cork Co.* em Nova York, de 1951, Lapidus usou as formas livres como símbolo de liberdade e modernidade do segundo pós-guerra, na recepção do *showroom*. Ele usou seus *woogles* na sanca de iluminação e em um ornamento “moderno” na parede como fundo para o letreiro interno da loja. O *woogle* do forro espelhava outro *woogle* no piso em linóleo, um gesto de arquiteto moderno. Pela primeira vez, ele usou duas hastes metálicas finas, do piso ao forro, para suportar uma mesa tipo de centro na sala de espera da recepção. Estas finas hastes metálicas se-

riam utilizadas em muitos dos seus futuros projetos. Foram denominados, posteriormente, em um contexto nostálgico de recuperação da arquitetura *MiMo*⁶⁰, como “*bean poles*”. Os produtos da *Armstrong* foram usados largamente no projeto do showroom: cortiça na parede de fundo da recepção, painéis de cortiça no forro e os linóleos coloridos nas paredes e pisos. Esse era mais um exemplo da conhecida habilidade de Lapidus em projetar com o objetivo de expor ao máximo o produto.

Figuras 120 e 121 — *Showroom Armstrong Cork Co.*, Nova York, 1951. Recepção do showroom, detalhe da sanca de iluminação e painel na parede em forma de bumerangue, “*woogle*”, forma livre, surrealista abstrata.

Fonte: Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C.

A apreciação da vitalidade do trabalho de artistas como Arp e Miró, sem dúvida, foi importante no sentido de perder a rigidez mecanicista da arquitetura moderna na década de 1930. A conexão foi certamente não direta como a que existiu entre a pintura e a arquitetura no começo da década de 1920, como destacou Hitchcock Jr. (1948, p. 40). No entanto, as curvas livres, não-mecanicistas, principalmente em planta estão certamente relacionadas à arte do Surrealismo Abstrato.

⁶⁰ Cf. NASH, E. P.; ROBINSON Jr., R. C. *MiMo*: Miami Modern revealed. San Francisco: Chronicle Books, 2004.

Se a loja *Ansonia* de Nova York revelou um arquiteto solto e extravagante com o projeto de interiores no começo de sua independência profissional, a sua loja *Ansonia* de Miami Beach, para o mesmo cliente, estabeleceu uma ligação direta também com a arquitetura dos seus hotéis, preconizando os seus futuros projetos. Com materiais de construção econômicos, disponíveis em 1947, ele abriu uma esquina quadrada do lote, quebrando a sua simetria, um gesto emprestado dos arquitetos expressionistas, como Mendelsohn. A esquina tornou-se uma curva grande e ampla.

O aspecto único desta loja é a sua entrada circular aberta, sem as tradicionais vitrines laterais, com o objetivo de expor o interior da loja. Era uma atitude de projeto que manipulava a arquitetura do edifício com o mesmo interesse que com os seus interiores. Para tanto, Lapidus criou uma vitrine para sapatos em forma de globo, no centro do vestíbulo da loja, em uma composição geométrica de círculos concêntricos. O interior repetiu as suas “teorias” de projeto: paredes onduladas, com o objetivo de esconder as linhas retas do espaço interno; formas livres (*woogles*) nas sancas de iluminação e em painéis decorativos das vitrines do vestíbulo. O interior da loja de sapatos antecipou o modelo, neste caso ainda em miniatura, dos vastos saguões dos seus *hotel-resorts*.

Figura 122—*Ansonia Shoe Store*, Miami Beach, FL, 1947. Fachada da loja de esquina.

Fonte: Düttmann; Schneider, 1992, p. 38.

Figuras 123 e 124—*Ansonia Shoe Store*, Miami Beach, FL, 1947. Planta (à esquerda). Detalhe do vestibulo da loja, evidenciando o uso de curvas e formas livres (à direita).

Fonte: Figura 123—Fernandez, 1950, p. 135. Figura 124— Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY. Fotografia de Moser & Son.

A miscelânea de elementos ornamentais, ora modernos ora clássicos, enraiveceu os puristas e confundiu os críticos. Parecia uma bagunça aos olhares pouco treinados, mas era um ambiente criado por Lapidus para alcançar resultados. Seus clientes estavam convencidos de que os seus projetos almejavam êxito com o grande público de classe média e, portanto, foram bem-sucedidos. A fase da sua carreira com lojas o caracterizou como “*the father of the modern merchandising*”⁶¹.

⁶¹ Afirmação de Morris Lapidus. Cf. Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY. Notas a foto #87, caixa 2, (1949-1956)

Brochura promocional de turismo à Miami Beach
Fonte: Miami Beach Chamber of Commerce

4.

**A EVOLUÇÃO URBANA DE MIAMI BEACH:
A TRASFORMAÇÃO DA CIDADE-BALNEÁRIO
NO SEGUNDO PÓS-GUERRA**

“Transformado de uma região selvagem em um parque [...]

O trabalho somente estava começando. ” —

The Herald

(REDFORD, 1970, p.80)

4.1 DE MANGUEZAL A MECA TURÍSTICA: A URBANIZAÇÃO DE MIAMI BEACH

O objetivo deste capítulo quatro, de caráter operacional, é estudar brevemente a evolução urbana da cidade de Miami Beach, desde os primeiros investimentos na região e a construção de seus primeiros edifícios com fins turísticos, cobrindo a rápida transformação da cidade após a sua incorporação, em 1915, até o fim da Segunda Guerra Mundial. Acredita-se ser fundamental para a pesquisa—considerando a curta história da cidade de Miami Beach que celebrou o seu aniversário de cem anos em 2015—que seja estudada a sua história anterior ao período da pesquisa, cujo recorte temporal abrange o segundo pós-guerra. Aspectos da história da sua urbanização são fundamentais para o objeto da pesquisa, a arquitetura moderna hoteleira de Morris Lapidus no pós-guerra que constitui parte do distrito histórico, localizado em Miami Beach, *The Morris Lapidus/Mid 20th Century Historic District*, designado pela *City of Miami Beach Commission* em 2009.

O estudo da urbanização de Miami Beach possibilita a identificação do processo de espacialização e territorialização dos conjuntos de edifícios modernos no pós-guerra. À medida que a urbanização de Miami Beach ocorreu de sul a norte da ilha, os edifícios de arquitetura moderna foram situados, primordialmente, da metade ao norte da cidade (*Middle* e *North Beaches*). Os hotéis *Fontainebleau* e *Eden Roc*, de Lapidus, foram os primeiros edifícios que deram impulso à transformação urbana da orla de Miami Beach no segundo pós-guerra.

A cidade de Miami Beach completou o seu primeiro centenário em 26 de março de 2015. Observando a cidade e revisando a sua história, notam-se dois aspectos que a caracterizam essencialmente. Primeiro, a sua paisagem natural é praticamente inexistente. Segundo, a sua paisagem cultural, que foi escrita e reescrita por rápidas e drásticas transformações e que, apesar dessas transformações, ainda denota, atualmente, o caráter pelo qual a então península foi levada à categoria de cidade: a criação de um balneário de inverno, uma Meca do turismo.

Figura 125 — Mapa 1: *Middle Beach—Morris Lapidus Mid 20th Century Historic District*⁶², Miami Beach.

Fonte: *Mimo on the Beach, Explore the Morris Lapidus / Mid 20th Century Historic District*. Miami Beach, FL, 2015.

4.1.1 Miami Beach: a natureza antropizada

Miami Beach foi redesenhada pelo homem. Desde os seus primeiros dias de ocupação exploratória no fim do século XIX, cerca de metade da sua topografia original foi alterada, seja por cursos de água esculpidos na terra original ou nova terra criada a partir de resíduos dragados do fundo da *Biscayne Bay*.

A transformação geográfica do meio ambiente da natural península foi resultado, não de ações naturais de atividades humanas por nativos que necessitavam interagir com a natureza pela sobrevivência, mas pela intenção direta do homem, alheio à sua cultura, de manejá-la. O homem migrante produziu transformações sobre esse meio ambiente, primordialmente, por intermédio de: agricultura, silvicultura, introdução de espécies

⁶² Legenda do mapa: Projetos de Morris Lapidus—1. Hotel *Fontainebleau*, 1954; 2. Hotel *Eden Roc*, 1955; 8. *Crystal House*, 1960; 9. *Seacoast Suites*, 1963; 10. *Seacoast Towers East*, 1965.

exóticas (estranhas a esse ecossistema), alteração de cursos de água, dragagem de vias navegáveis, alteração de relevo e configuração geográfica, desmatamento, construção de muros de arrimo e aterros, construção de caminhos, pontes e marinas e rápida urbanização.

Antes da emergência de Miami Beach, essa região era uma península ao longo do oceano, com cerca de vinte quilômetros de extensão, que terminava, em direção ao sul, no *Norris Cut*. A Baía de *Biscayne*, com cerca de cinco quilômetros de largura, separava a península do continente, diretamente à cidade de Miami. O rio, denominado *Indian Creek*, dividia a península de norte a sul, entrando a partir da baía, na altura da atual rua Sesenta e Sete e continuando em direção ao sul até a rua Vinte e Quatro. A península sofreu grande antropização da sua paisagem natural por meio da eliminação de um grande e complexo ecossistema: o manguezal.

Figura 126 — Manguezais circundam a entrada norte do *Indian Creek*. A ilha artificial *Allison* foi criada nesta área.

Fonte: Kleinberg, 1994, p.6.

O manguezal é um ecossistema costeiro de transição entre os ambientes terrestre e marinho. Característico de regiões tropicais e subtropicais, o ecossistema manguezal de Miami Beach está associado, principalmente, às margens da Baía de *Biscayne*, à desembocadura do rio *Indian Creek*, e às reentrâncias costeiras, onde há o encontro das águas

do rio e da baía com as do oceano. A cobertura vegetal instala-se em substratos de vasa de formação recente, de pequena declividade, sob a ação direta das marés de água salgada. Desde as incursões exploratórias da península em fins do século XIX, o ecossistema manguezal que a cobria foi rapidamente desmatado, dando lugar a uma cidade que seria criada pela deliberada expressão da atividade humana de iniciativa privada.

Figura 127 — Miami Beach manejada, cerca de 1921. *Government Cut* ao Sul. *Biscayne Bay* de Sul a Norte: a construção das ilhas artificiais *Star*, *Palm* e *Hibiscus* (logo acima da ponte elevada, alinhada ao canal e rua Cinco); acima, a ilha *Belle* à direita da ilha *Rivo Alto* sob a *Venetian Causeway* que substituiu a *Collins Bridge*; ao norte, o *Sunset Lake* e as ilhas *Sunset* ainda com suas configurações originais. Ao final do *Collins Canal* está o artificial *Lake Pancoast* onde brota o riacho *Indian Creek* que divide a parte norte da península.

Fonte: *National Oceanic and Atmospheric Administration*, Estados Unidos–Costa Leste, Florida. *United States Coast and Geodetic Survey*, 1921, Washington, D.C., *Maps ETC*.

A rápida reconfiguração da península de Miami Beach teve início com a necessidade da abertura de um canal de navegação que facilitasse o acesso de embarcações do oceano ao porto de Miami e ao *Miami River* pela Baía de *Biscayne*: o *Government Cut*, a primeira incisão na configuração original, na ponta sul da península que se separou, formando a *Fisher Island*.

Figura 128 — Construção do *Government Cut*, canal com 215 metros de largura, em 1902, para o acesso de navios ao Porto de Miami. A ponta cortada, separada da península, formou a *Fisher Island*.

Fonte: Kennedy, 2000, p. 28.

Os ideais que fundamentaram o planejamento da *Fisher Island*⁶³ refletem a principal característica do processo de urbanização de Miami Beach: a concretização do plano inicial de transformar a península em uma Meca do turismo, um balneário de inverno para milionários norte-americanos, que culminaria na fundação da cidade de Miami Beach. A *Fisher Island* foi batizada com o nome do pioneiro empreendedor de partes de automóveis de Indianópolis, Carl Graham Fisher (1874-1939). Fisher investiu parte da sua fortuna na criação da cidade de Miami Beach, vindo a ser um dos seus fundadores e um dos maiores protagonistas da sua história, tendo sido uma vez o único proprietário da *Fisher Island*. A ilha está a cerca de cinco quilômetros da costa do continente, onde

⁶³ De acordo com o *Census Designated Places* — CDP, censo de 2010, a *Fisher Island* ainda tem a maior renda per capita de qualquer lugar nos Estados Unidos. O CPD de 2010 registrou apenas 226 famílias. Apenas uma parte relativamente pequena ao norte da ilha está incorporada à cidade de Miami Beach.

situa-se a cidade de Miami.

Outro pioneiro de Miami Beach, John Stiles Collins (1837-1928), — proeminente horticulturista de Nova Jersey que também viria a ser um dos personagens principais da fundação da cidade de Miami Beach e que investiu na península antes de Carl Fisher — contribuiu com a segunda maior mudança na paisagem da península a partir do início da década de 1910: a criação do *Collins Canal*, que ligou a parte sul do riacho *Indian Creek* à baía, com o intuito de facilitar o transporte entre as suas fazendas e o *Miami River* e o porto de Miami. Em 1913, Collins inaugurou a primeira ponte, a *Collins Bridge*, a atravessar a Baía de *Biscayne*, unindo Miami Beach a Miami — considerada na época uma das mais extensas pontes de madeira do mundo⁶⁴ com cerca de cinco quilômetros de extensão. No final da parte leste do *Collins Canal*, um muro de arrimo foi construído e o *Lake Pancoast*⁶⁵ foi criado por sistema de dragagem, removendo uma pequena ilha que ficava no riacho *Indian Creek*, perto da atual rua Trinta e Três.

Também desde o início da década de 1910 os irmãos Lummus — uns dos primeiros desbravadores da península e que se uniram a Fisher e Collins na fundação da cidade de Miami Beach em 1915 — limpavam as suas terras, removendo os manguezais e aterrando com areia dragada do fundo da Baía de *Biscayne*. Este processo de dragagem da baía seria levado ao extremo por Fisher — o principal agente do processo de apagar vestígios do ecossistema natural com o objetivo visionário de criar um balneário de inverno. No processo de aprofundar a Baía de *Biscayne* para criar uma trilha para corrida de barcos e criar canais para os iates dos clientes de Fisher, ilhas artificiais foram quase que acidentalmente criadas a partir das dragagens da baía, tornando essa prática em um processo imobiliário altamente lucrativo: loteamento para residências de alto luxo — que até na atualidade mantém esse caráter, salvo em poucas exceções quando alguns lotes dessas ilhas sofreram verticalização. As ilhas denominadas *Star Island*, *Palm Island* e *Hibiscus Island*, que estão ligadas por pontes à *MacArthur Causeway*, foram também formadas por meio desse processo de dragagem.

⁶⁴ A *Collins Bridge* foi construída com pinheiros da cidade de Miami.

⁶⁵ O *Lake Pancoast* recebeu seu nome em homenagem a Thomas Pancoast, genro e sócio de John Collins nos empreendimentos imobiliários que culminariam com a fundação da cidade de Miami Beach.

Figuras 129 e 130—A draga *Davis* trabalhando no bombeando de cerca de três milhões de metros cúbicos de resíduos e areia que preencheriam as áreas para empreendimentos de Miami Beach (à esquerda). Expectadores em corrida de barcos na *Biscayne Bay*, na década de 1920 (à direita).

Fonte: Figura 129—Bramson, 2005, p. 10. Figura 130—Kleinberg, 1994, p. 43.

No início da década de 1920, Fisher cavou o *Sunset Lake* que separa as quatro ilhas chamadas *Sunset Islands*, localizadas entre as ruas Vinte e Um e Vinte e Nove, na costa oeste de Miami Beach, frente a Baía de *Biscayne*. Nessa ocasião, com areia dragada para o aprofundamento do lago, as ilhas foram aumentadas e reformatadas para acomodar o planejamento de futuros loteamentos para mansões. Ao Norte, próximo à rua Quarenta e Sete, Fisher cavou o *Surprise Lake* e seus três rios *Surprise Waterway*, *Flamingo Waterway* e *Biscayne Waterway*, dividindo em três áreas as terras localizadas a oeste do *Indian Creek* e acima do *Collins Canal*, aproximadamente entre a rua Trinta e Quatro e rua Cincoenta. Fisher também dragou a *Allison Island*, ao norte do *Indian Creek*, e a *La Gorce Island*⁶⁶, aproximadamente na altura da rua Sessenta e Três, e construiu a primeira ponte sobre o *Indian Creek*.

Alguns quilômetros ao Norte, um corte na península, que a transformou em ilha, foi efetuado na altura do *Baker's Haulover*, unindo as águas da Baía de *Biscayne* e as águas do Oceano Atlântico, e separando ao norte a cidade de *Sunny Isles* por um canal. Também nos anos 1920, a *Collins Bridge* foi substituída pela *Venetian Causeway*, e cinco ilhas adicionais foram construídas ao longo dessa ponte elevada que une Miami Beach a Miami sobre a Baía de *Biscayne*. A oeste da *Belle Isle* estão as ilhas artificiais *Rivo Alto Island*, *Dildo Island*, *Venetian Islands* e *San Marino Island*, situadas nos limites de Miami Beach.

⁶⁶ A *Allison Island* recebeu o nome do sócio de Carl Fisher na *Prest-O-Lite*. A *La Gorce Island* foi uma homenagem ao amigo de Fisher, John Oliver La Gorce.

Em 1920, o segundo caminho elevado atravessando a baía, a *County Causeway*⁶⁷, foi completada na altura da rua Cinco, localizada ao norte do *Government Cut*. Logo após, a ponta ao norte da cidade de Miami Beach, *Biscayne Point*, foi criada na baía. O investidor Henry Levy começou a dragagem e aterragem na metade ao sul da *Meade Island* para criar a *Normandy Isle*⁶⁸. No fim da década de 1920, pelas iniciativas de Levy, uma terceira rodovia elevada atravessou a baía na altura da *Normandy Isle*, tornando-se uma das mais importantes vias de acesso de Miami Beach a Miami, a atual *John F. Kennedy Causeway*.

A *John Island* e a *Collins Island* — criadas para abrigar exoticamente serviços do hotel *Nautilus*, um dos cinco hotéis construídos por Fisher em Miami Beach na década de 1920 —, situadas na costa da baía à rua Quarenta e Um, foram preenchidas e aterradas para atender ao crescimento do Centro Médico de *Mount Sinai* que, por sua vez, comprou o hotel após a Segunda Guerra Mundial. A ilha *Biscayne Beach*, alcançou a baía por uma ponte na altura da rua Oitenta e Cinco em 1947. A quarta ponte, unindo Miami Beach a Miami, a *Julia Tuttle Causeway* (via expressa 195), foi construída em 1954, tornando-se uma rodovia importante até os dias de hoje, conectando rapidamente a parte oeste da cidade de Miami à Miami Beach.

Figuras 131 e 132 — Vista aérea: *Star Island*, 1920 (à esquerda) e hotel *Nautilus* na década de 1930 (à direita).

Fonte: State Archives of Florida, Florida Memory.

⁶⁷ A ponte original de duas pistas, tendo sofrido várias ampliações e reformas estruturais, em 1942, passou a ser denominada *General Douglas MacArthur Causeway* em homenagem ao proeminente general da Segunda Guerra Mundial, sendo ainda hoje uma das vias principais de acesso do continente a Miami Beach.

⁶⁸ A parte sul da *Normandy Isles* abriga o *Normandy Isles National Register Historic District*, com exemplos significativos de arquitetura moderna residencial do pós-guerra. Embora concebidas e planejadas nos anos 1920, e inicialmente desenvolvidas nos anos 1920 e 1930, as ilhas foram largamente urbanizadas no período do pós-guerra.

Figura 133—Miami Beach em 1950, evidenciando edificações ao longo do contorno da península reconfigurada, em ambas as áreas costeiras do Oceano Atlântico e da Baía de Biscayne, bem como ao longo das margens do riacho *Indian Creek* e em todas as ilhas artificiais criadas na baía.

Fonte: U.S. Geological Survey-USGS, Washington D.C., via Old Maps Online.

4.1.2 Miami Beach: a urbanização do balneário de inverno

O rápido processo de antropização da península, nas décadas de 1910 e 1920, especialmente pela criação de ilhas artificiais e manejo de sua geografia original para acomodar um planejamento urbano privado que visava o usufruto de uma paisagem artificial tropical por poucos ricos emergentes norte-americanos, caracterizou a urbanização da cidade de Miami Beach que se tornou um dos maiores balneários dos Estados Unidos.

4.1.2.1 Da agricultura à urbanização

Notadamente, desde o início da sua urbanização até a atualidade, Miami Beach faz jus aos títulos “*Billion Dollar Sandbar*” e “*America’s Winter Playground*”, sedimentados como expressões que definem uma cidade altamente visada por investidores imobiliários durante o decorrer de um século da sua história. Desde o fim do século XIX, quando os primeiros visionários empreendedores visitaram, acidentalmente ou intencionalmente, as terras a que hoje denominamos a cidade de Miami Beach, a então península já incitava tais aventureiros a transformá-la em uma estação turística, dado o seu potencial geográfico e climático.

Em 1868, quando Henry B. Lum passava pela futura Miami Beach em um navio a vapor vindo de Havana, Cuba, ao avistar três coqueiros no litoral da península, momentaneamente imaginou uma plantação de coqueiros⁶⁹. Lum implementou seu projeto somente treze anos depois, em 1881, quando retornou à península incentivado pelo *Homestead Act*⁷⁰ e iniciou a plantação de coqueiros nas terras ao sul do que hoje seria a rua Quatorze em *South Beach*⁷¹. Poucos anos depois, provado fracassado o projeto de trans-

⁶⁹ O coco tinha grande valor comercial pela sua fibra e óleo.

⁷⁰ O *Homestead Act* foi uma lei aprovada em 1860 que oferecia até 65 hectares de terras públicas para qualquer chefe de família que pagasse uma taxa de inscrição, vivesse nessas terras por cinco anos e que as cultivasse ou construísse nessas terras.

⁷¹ As plantações de coqueiros foram implementadas por vários empreendedores, estendendo-se por 160 quilômetros entre as cidades de Key West (sul) e Júpiter (norte).

formar a região costeira da península em fazendas de coqueiros, este é abandonado, deixando nas terras da atual Miami Beach um dos símbolos de tropicalidade da futura cidade-balneário: a palmeira.

No entanto, a ideia de utilizar essas terras para agricultura se efetivou rapidamente, atraindo para a região ricos investidores, principalmente da região nordeste dos Estados Unidos. Ezra Osborn e Elbathan Field, liderando um grupo de investidores incluindo John Collins, compraram as terras ao norte da propriedade de Lum, acima da rua Quatorze, e iniciaram suas plantações. Somente quando a ferrovia chegou a Miami, na última década do século XIX, Collins foi à futura Miami Beach para verificar os seus investimentos agrícolas. Embora o projeto de Osborn e Field também tenha fracassado, Collins comprou as terras de Osborn para iniciar sua plantação de abacateiros, nas terras que hoje se estendem da rua Quatorze à rua Sessenta e Sete⁷² e, eventualmente, também adquiriu as terras de Field. Com o intuito de que seus projetos agrícolas prosperassem, Collins já com pouco mais de 70 anos de idade, tomou duas decisões que apontariam para o futuro próximo de Miami Beach. Primeiro, construir uma ponte, a *Collins Bridge*, sobre a Baía de *Biscayne*, ligando a península (Miami Beach) ao continente (Miami). Segundo, influenciar a mudança de sua filha Katherine e de seu esposo Thomas J. Pancoast, de Nova Jersey para Miami Beach⁷³, para investirem em suas terras. Pancoast, quando da sua primeira visita às terras de Collins, entusiasmou-se com o potencial financeiro que a terra recém-desbravada oferecia. Collins e Pancoast planejaram abrir as suas propriedades ao turismo.

No início da década de 1920, os irmãos John e James Lummus compraram toda a propriedade de Lum ao sul da rua Quatorze e formaram uma empresa de desenvolvimento que se chamou *Ocean Beach*. Ao mesmo tempo, apesar do investimento em valor monetário da época de cem mil dólares para a construção da ponte, Collins teve que

⁷² Atualmente, *South Beach*, *Mid Beach* e *North Beach*.

⁷³ Thomas Pancoast foi também um dos grandes protagonistas da história de urbanização de Miami Beach. Seu filho, Russell T. Pancoast foi um proeminente arquiteto de Miami Beach, tendo como um de seus projetos mais relevantes o *Surf Club*, em estilo Mediterrâneo, em Surfside — imediatamente ao norte de Miami Beach — cuja parte do edifício foi mantida pelo atual projeto em construção de Richard Meier para as torres de apartamento e hotel do empreendimento também chamado *Surf Club*.

emprestar fundos para terminar sua construção. Nesse momento, entrou em cena Carl Fisher. Fisher —que tinha feito uma fortuna com a venda de sua patente do primeiro farol de acetileno para carros, precursor dos faróis elétricos, desenvolvido com sucesso pela sua empresa *Prest-O-Lite*—emprestou a Collins o restante do valor para o término da ponte de madeira, recebendo em troca terras abaixo da rua Dezenove. Fisher somou a essas terras outras terras acima da rua Quinze, proveniente de um empréstimo financeiro aos irmãos Lummus, compondo assim, uma propriedade entre as ruas Quinze e Dezenove, a *Alton Beach*.

A parceria entre Fisher e os irmãos Lummus contribuiu para a primeira mudança radical da paisagem natural da península, dando início a um rápido processo de transformação geográfica da futura cidade de Miami Beach. Fisher investiu grandes esforços financeiros para modificar a terra: remoção completa dos manguezais, dragagem de areia do fundo da Baía de *Biscayne* e aterros, preparando as terras para loteamentos de alto luxo. Com a quase totalidade da vegetação natural removida, sob a liderança de Fisher, grama foi plantada para manter a areia nos aterros, juntamente com vegetação exótica para dar cor e ar tropical. O vasto pântano e manguezal, naturalmente subtropicais, deram lugar a um artificial e exótico jardim tropical. As palmeiras e, notadamente, os coqueiros⁷⁴, ocuparam definitivamente o lugar dos manguezais.

Figura 134 — Resquícios das plantações de coqueiros abandonadas que formariam o futuro balneário tropical, com vista a partir da rua Dezoito em direção ao sul, mostrando o cais ao fim da *Lincoln Road* e a *Collins Avenue* à extrema direita.

Fonte: State Archives of Florida, Florida Memory.

⁷⁴ O coqueiro (*Cocos nucifera*), é um membro da família Arecaceae (família das palmeiras).

4.1.2.2 As primeiras construções turísticas

No fim da década de 1910, a primeira oportunidade de criar uma estação turística de inverno na transformada península pantanosa foi idealizada por Avery Smith, de Connecticut, que comprou um pavilhão de madeira de dois andares, em *Ocean Beach*, na ponta sul de Miami Beach. O pavilhão melhorado, que passou a se chamar *Fairy Land*, visava, inicialmente, servir apenas de abrigo, contra o sol e a chuva, às pessoas de Miami que vinham de barco para passar o dia na praia. O objetivo financeiro era oferecer serviço de barcos que transladassem pessoas de Miami a Miami Beach pela Baía de *Biscayne*, por intermédio da criação da *Biscayne Navigation Company*. Nesse momento, Smith visava mais o investimento lucrativo do serviço de balsa do que oferecer amenidades em seu pavilhão. Posteriormente, o edifício original, foi ampliado e renovado e passou a se chamar *Smith's Casino*⁷⁵.

Figuras 135 e 136— Os clientes do *Fairy Land* caminham no calçadão, da baía ao pavilhão na praia (à esquerda) e já instalados na praia à frente do pavilhão (à direita).

Fonte: Kleinberg, 1994, p. 22 (Figura 135) e p. 21 (Figura 136).

Anteriormente à fundação de Miami Beach em 1915, a construção de barcos, cais e calçadões, que ligavam os barcos às casas de banho pela *Biscayne Navigation Company*, pode ser considerada o início do processo de urbanização de Miami Beach. Também no

⁷⁵ O termo “casino” significava “small house”, com a conotação de “casa de banho” (*bathhouse*) e não se referia a atividades de negócios envolvendo jogos de azar.

início da década de 1910, os irmãos Lummus, banqueiros em Miami, motivados pela solicitação de empréstimo bancário de Collins para construir a futura *Collins Bridge*, viram uma oportunidade de criar o seu balneário *Ocean Beach*, ao norte do *Smith's Casino*. Novos *casinos* foram abertos. O xerife do condado de Dade, Dan Hardie, abriu uma nova casa de banho com restaurante, o *Hardie's Casino*, localizado a uma quadra ao norte do *Smith's Casino*. No fim da década de 1910, o *Smith's Casino* e o *Hardie's Casino*, haviam adicionado piscinas. O *Casino Collins/Pancoast* passou a ser chamado *Roman Pools* quando Fisher o comprou, ocasião do adição de mais amenidades e elementos chamativos ao seu estilo extravagante de atrair clientes, como torres e um moinho, além de uma piscina.

Figuras 137 e 138—*Roman Pools*, em 1919, na rua Vinte e Três—o começo do empreendimento *Bay Shore*—na então ponta norte de Miami Beach, mostrando as *Ilhas Sunset* ao fundo, ainda com sua configuração e paisagem naturais. À direita, as torres *Marconi Wireless*, construídas em 1914 pelo governo dos Estados Unidos como a primeira tentativa de comunicação entre os navios e a costa do país (à esquerda). Clientes na piscina do *casino Roman Pools* (à direita).

Fonte: Figura 137—State Archives of Florida, Florida Memory. Figura 138—Kleinberg, 1994, p. 42.

Nos anos 1920, Smith, através da sua empresa *Smith Company, Incorporated*, desenvolveu novos empreendimentos imobiliários nas suas terras na ponta sul de Miami Beach, incluindo melhorias no *Smith Casino*, que foi além de seu inicial uso como casa de banho, incluindo a ampliação da piscina e a construção de um edifício de dois andares para lojas e salão de dança.

Figura 139 — Amenidades do *Smith's Casino*. Figura 140 — Calçadão levando os banhistas ao *Smith's Casino*, à direita, e ao *Hardie's Casino*, à esquerda.

Fonte: Kleinberg, 1994, p. 29

Os irmãos Lummus, juntamente com Smith e outros empreendedores, compraram cerca de duzentos e quarenta hectares de terra, formaram a *Ocean Beach Realty Company* e começaram a lotear as terras na ponta a sul de Miami Beach. Ao final de 1914, com investimento de Fisher, o loteamento *Ocean Beach Subdivision*, com suas quatro expansões, cobriria a maioria das terras em que hoje estão *Ocean Beach* e *South Beach* (a norte até a rua Quinze e a oeste até a Alton Road). Adicionando às amenidades já implementadas, o último grande projeto da *Smith Company*, no fim da década de 1920, foi o *Miami Beach Kennel Club*, um clube para corrida de cachorros, localizado ao sul do *Smith's Casino*. A legislatura da Florida havia legalizado os jogos de apostas para corridas de cachorros.

Figura 141 — O *Kennel Club* de Miami Beach, muito popular, estava localizado na ponta sul da península, próxima ao *Government Cut*.

Fonte: Kennedy, 2000, p. 47.

O *Carter's Million Dollar Pier*, um embarcadouro para diversões e entretenimento — com salão de dança, teatro e bar foi construído em 1925. Em 1940, a Câmara Municipal de Miami Beach comprou o *Carter's Pier* e o *Hardie's Casino*, com a intenção de criar um parque. No entanto, dois anos depois, durante a Segunda Guerra Mundial, quando Miami Beach tornou-se um grande centro de treinamento das Forças Aéreas do Exército dos Estados Unidos⁷⁶, o cais foi doado e utilizado como centro de recreação para os soldados em treinamento, sendo assim chamado de *Servicemen's Pier*, oferecendo entretenimento como baile, cinema, piscina, biblioteca e cantina, além de servir de instalações para parte do treinamento.

As primeiras construções nas terras de Lummus, na ponta sul da península até a rua Quinze (*South Beach* atualmente), visavam criar espaços públicos, edifícios residenciais simples e hotéis para a comunidade local, principalmente de Miami. Ao contrário, os empreendimentos de Fisher, ao norte de Miami Beach, visavam atrair novos-ricos das regiões nordeste e do meio-oeste dos Estados Unidos.

⁷⁶ Entre 1942-1945, Miami Beach serviu como centro de treinamento das Forças Aéreas do Exército dos Estados Unidos para meio milhão de soldados. Hotéis e instituições públicas cederam suas instalações para o centro de treinamento. Uma parte significativa desses soldados viria a ser residentes de Miami Beach após a guerra, contribuindo significativamente para o aumento da sua população.

4.1.2.3 Unindo a costa leste norte-americana

Durante os anos de 1880 e 1914, enquanto o cenário internacional vivia eventos políticos que conduziram à Primeira Guerra Mundial⁷⁷, a história de urbanização de Miami Beach se iniciava. Alheia aos conflitos globais, Miami Beach se urbanizava, tornando-se uma das maiores estações turísticas dos Estados Unidos, sendo levada à categoria de cidade secundária (“*town*”) em 1915, e incorporada como cidade primária (“*city*”) em 1917, durante a Primeira Guerra Mundial, marcando um desenvolvimento que seria pouco afetado pelas crises nacionais e internacionais.

Desde o começo da década de 1910 Carl Fisher iniciou uma campanha para construir a *Lincoln Highway*, a primeira rodovia ligando a costa leste norte-americana a partir do *Times Square*, na cidade de Nova York, terminando em Miami⁷⁸. Em poucos anos Fisher também começaria a planejar a construção da *Dixie Highway*, que conectaria o Norte, mais precisamente a região do Meio-Oeste (Chicago e Michigan) ao sul do país (Miami). A *Lincoln* e a *Dixie Highways* — que ainda se constituem nas mais importantes artérias viárias dos Estados Unidos — foram, inicialmente construídas com capital privado de empresários multimilionários do nordeste e meio-oeste norte-americanos, recebendo fundos locais, estaduais e federais posteriormente. O governo federal, por intermédio do *Federal Aid Highway Act*, de 1921, definiu o programa *Federal Aid Road* para desenvolver um vasto sistema rodoviário no país.

Nos anos 1920, Miami Beach progrediu rapidamente como um balneário turístico em decorrência da grande prosperidade econômica dessa década. O crescimento da indús-

⁷⁷ Eventos que conduziram à Primeira Guerra Mundial: Tríplice Aliança (1882), Aliança Franco-Russa (1894), Corrida das armas navais Anglo-Alemã, (1898-1912), "Entente Cordiale" (1904), Primeira Crise Marroquina (1905-1906), Pacto Anglo-Russo (1907), Crise da Bósnia (1908-1909), Crise de Agadir (1911), Guerra Ítalo-Turca (1911-1912), Guerra dos Bálcãs (1912-1913), Assassinato de Franz Ferdinand (1914) e Crise de Julho (1914).

⁷⁸ A *Lincoln Highway* também ligou a costa oeste dos Estados Unidos, do *Times Square* até o *Lincoln Park* em São Francisco

tria automobilística causou uma revolução na economia dos Estados Unidos. O automóvel⁷⁹, talvez a invenção que tenha mais afetado a vida cotidiana do norte-americano no século XX, certamente foi um dos fatores que contribuiu para o rápido desenvolvimento e urbanização da cidade de Miami Beach. A iniciativa de Fisher para a construção da *Dixie Highway* tinha o objetivo de atrair turistas aos seus empreendimentos imobiliários, como hotéis e loteamentos, em Miami Beach.

Quando os Estados Unidos optaram pelo automóvel, as estradas de ferro começaram a ser negligenciadas. Enquanto os países da Europa estavam fortalecendo o sistema de trânsito para as massas, os norte-americanos investiram em infraestrutura para o automóvel, que, certamente, contribuiu para a prevalência de empreendimentos privados destinados às classes sociais mais abastadas, contribuindo, assim, para o processo de urbanização de Miami Beach.

Figuras 142 e 143 — Brochura promocional para a *Dixie Highway*, de Carl Fisher, com o objetivo de atrair turistas à Miami Beach (à esquerda). Uma faixa deseja as boas-vindas às pessoas motorizadas, vindas da região do Meio-Oeste norte-americano, em 1915 (à direita).

Fonte: Kleinberg, 1994, p. 44

⁷⁹ Já em 1913, os Estados Unidos fabricaram 485.000 dos 606.124 automóveis produzidos no mundo. Cf. <http://www.history.com/topics/automobiles>.

Figura 144—A *Dixie Highway* tem múltiplas rotas, duas em Michigan e outra em Chicago, todas terminando em Miami.

Figuras 145 a 147 – Brochuras promocionais de turismo à Miami, Flórida.

Fonte: eBay

4.1.2.4 Planejando a cidade de Miami Beach

Em 1914, no mesmo ano em que Fisher planejava a construção da *Dixie Highway*, as terras de Miami Beach estavam divididas entre três empreendedores: os irmãos Lummus, desde o sul da península até a rua Quinze (hoje *South Beach*); a família Collins-Pancoast, ao norte da rua Dezenove; e Carl Fisher que começou o seu primeiro parcelamento de terras entre as propriedades de Lummus e Collins, entre as ruas Quinze e Dezenove. Fisher havia constituído a sua primeira gleba de terras por intermédio de empréstimo financeiro a Collins e aos irmãos Lummus, adquirindo do primeiro cerca de oitenta hectares de terras e do último cerca de quarenta hectares de terras. O empreendimento dos irmãos Lummus foi denominado *Ocean Beach*, enquanto os empreendimentos de Carl Fisher e Collins foram denominados respectivamente *Alton Beach* e *Miami Beach*.

Figura 148—A empresa de Carl Fisher, *Alton Beach Realty Company*, produziu este mapa em 1914, antes da incorporação da cidade de Miami Beach. O mapa mostra as três propriedades de Miami Beach: *Ocean Beach* dos irmãos Lummus ao sul, *Miami Beach* da parceria Collins-Pancoast ao norte, e *Alton Beach* de Carl Fisher no centro dividindo ambas. *Alton Beach* se estendia do oceano à baía, com a *Lincoln Road* no meio e área para corrida de barcos na *Biscayne Bay*. O *Collins Canal* atravessava *Alto Beach*. A *Collins Bridge* era ainda o único acesso entre a península e o continente.

Fonte: Klepser, 2014, p. 93.

Howard Kleinberg (1994, p. 33, tradução nossa) observa os diferentes objetivos dos três empreendedores:

A Ocean Beach Realty dos irmãos Lummus estava trabalhando em direção a uma comunidade residencial modesta, com pequenos hotéis para visitantes. A família Collins parecia mais interessada em atrair pessoas afluentes, antecipando um retiro tranquilo na praia. [...] Fisher estava buscando “novos e jovens leões” da indústria americana — colegas do mundo automotivo e outros que tinham recentemente acometido suas fortunas e amavam gastar seus dólares com barcos e carros velozes, cavalo de corrida, jogo de polo e festas ostentativas. [...] Ambos, Collins e Fisher, visionaram muitos grandiosos hotéis.

Enquanto os irmãos Lummus promoviam os seus empreendimentos localmente, incentivando com recompensas os residentes de Miami a construírem casas de praia em Miami Beach, Fisher foi mais ambicioso, promovendo a cidade como um balneário turístico da moda para os ricos em Nova York. Em 1916, os irmãos Lummus se associaram a Fisher e outros sócios, incluindo James Allison, ex-sócio de Fisher na empresa *Prest-O-Lite*, e o empresário do ramo do petróleo James Snowden⁸⁰ para formarem a *Miami Ocean View Realty Company* fortalecendo desde já a hegemonia de Fisher no processo de urbanização de Miami Beach.

Com o fim da Primeira Guerra Mundial e a prosperidade dos anos 1920, o desenvolvimento dos negócios imobiliários progrediu rapidamente, impulsionados pelas campanhas publicitárias dos empreendedores, pela abertura de rodovias adicionais e pelos novos serviços de bonde elétrico. O sistema de bonde elétrico de Miami serviu Miami Beach entre 1920 e 1939 através da empresa de Carl Fisher, a *Miami Beach Electric Company*. Esse sistema de bondes ofereceu serviços de transporte de massas para a comunidade de Miami Beach durante esse período. Devido à grande pressão da indústria automotiva o serviço de bondes foi, aos poucos, sendo substituído por ônibus, além da ampliação de infraestrutura para automóveis. A *Railway Company* começou a substituir os carros de bondes por ônibus em todas as linhas a partir de 1927, concluindo com o fechamento do

⁸⁰ A mansão Snowden foi construída à rua Quarenta e Quatro em 1916, passou a ser a propriedade Firestone e foi demolida em 1954 para a construções dos jardins do Hotel *Fontainebleau*, projetado por Morris Lapidus.

sistema de bondes em 1939.

Tais esforços empresariais culminaram no desenvolvimento da construção em Miami Beach: hotéis, apartamentos de alugueis, clubes e mansões de inverno. A população de Miami Beach cresceu dez vezes entre as décadas de 1920 e 1930. A recuperação do sul da Flórida da Grande Depressão precedeu a de outras regiões do país. Eventos significativos, como o furacão de setembro de 1926 e a crise de 1929, causaram um desaceleração nas construções e investimentos na região; mas, em poucos anos, a partir de 1933, o *status* de estação de inverno tropical se consolidaria como escape ao rígido inverno das regiões do meio-oeste e do nordeste norte-americanas.

4.1.2.5 “*Millionaires’ Row*”

No fim da década de 1910, uma avenida à beira-mar, a *Ocean Drive*, se estendeu desde o limite ao norte de Miami Beach, à rua Quarenta e Seis, até a rua Cento e Sessenta e Três, por cerca de doze quilômetros, em terras não incorporadas, com o objetivo de criar acesso às terras adquiridas por outros empreendedores nessa área⁸¹. Em poucos anos, as empresas de desenvolvimento imobiliário de Carl Fisher adquiriram todas essas terras à beira-mar. Fisher visionava construir nessa área o que ele denominou de “*Millionaires’ Row*”, uma faixa de terra à beira-mar destinada a loteamento para mansões de inverno de milionários.

No início da década de 1920, a empresa de Fisher, *Miami Ocean View*, aterrou a *First Oceanfront Subdivision*, seu primeiro loteamento, estendendo-se do litoral, da rua Quarenta e Nove até cerca da rua Cincoenta e Seis. Em poucos anos, a empresa de Fisher aterrou a *Second Oceanfront Subdivision*, seu segundo loteamento, estendendo-se da rua Cincoenta e Seis à rua Sessenta e Nove. Ambos os loteamentos de Fisher estavam em terras não incorporadas do condado de Miami-Dade, fora do limite da cidade de Miami Beach ao norte.

⁸¹ Antes do corte na península que formaria um canal artificial, o *Baker’s Haulover*.

No entanto, a estrada *Ocean Drive* cortava as novas subdivisões de Carl Fisher, tirando a vista direta ao mar. Fisher que intencionada vender seus lotes à milionários que construíram suas casas de inverno, viu suas terras desvalorizadas com uma estrada interrompendo a vista do mar por carros lotados de turistas que dirigiam ao longo da costa para desfrutar da paisagem à beira-mar. Ele construiu uma estrada paralela a *Ocean Drive* ao lado oeste de suas propriedades, frente ao *Indian Creek* — seus lotes se estendiam do oceano ao rio — e fez uma petição para o condado condenar a *Ocean Drive*. Logo após Fisher ter conseguido fechar a *Ocean Drive*, garantindo aos seus clientes exclusividade da vista à beira-mar, afluentes homens de negócios das regiões do meio-oeste e nordeste dos Estados Unidos começaram a comprar lotes ao longo da costa de Miami Beach para construir suntuosas casas de inverno com suas próprias praias particulares.

A área à beira-mar de cerca de dois quilômetros e meio, entre a mansão Snowden (depois mansão Firestone e Hotel *Fontainebleau*) e o clube passou a ser chamada de “*Millionaires’ Row*” — um trecho de terra estreito (istmo), entre o oceano e o *Indian Creek* que oferecia privacidade e isolamento aos seus proprietários, localizado quilômetros ao norte do centro cívico da cidade ao sul da ilha. O “*Millionaires’ Row*” abrigou uma concentração de quarenta e uma mansões, projetadas e construídas em pouco mais de duas décadas (1916-1939), preponderantemente nas décadas de 1920 e 1930, pelos melhores arquitetos da época, em estilos principalmente Mediterrâneo e *Beaux-Arts*; e, praticamente, desapareceram em pouco mais de uma década, sendo a maioria das demolições da década de 1960.

Figura 149 — Frank F. Stearns publicou este registro de casas de pessoas proeminentes em 1932. A primeira propriedade à beira-mar, a mansão Firestone de 1916 — demolida em 1954 para a construção do Hotel Fontainebleu —, situada na altura da rua Quarenta e Quatro (primeiro lote no canto inferior direito) marca o início do “*Millionaires’ Row*” que termina na altura do *Bath Club* ao norte. As residências de luxo praticamente ocupavam todos os lotes com vista do oceano, do rio *Indian Creek*, da Baía de *Biscayne* e das três hidrovias manejadas que partem do lago *Surprise*.

Fonte: Kleinberg, 1994, p. 122.

A maioria dos milionários de Miami Beach, como Fisher, era de “novos ricos”, na sua maioria do meio-oeste e nordeste norte-americanos. Eram pessoas que surgiram da pobreza para a riqueza, da obscuridade para fama, daí a expressão “*rags to riches*” usada para descrever os primeiros residentes do “*Millionaires’ Row*”. A maioria deles fez fortunas

em indústrias do início do século XX, especialmente associadas ao desenvolvimento da indústria automobilística, como petróleo/gasolina e postos de gasolina, partes e acessórios de autos como pneus, faróis e carburadores.

Um grande incentivo para atrair potenciais investidores a construírem em Miami Beach, os tornando seus residentes legais, deveu-se à proposta do legislativo da Flórida em 1923 — subsequentemente adotada pela constituição estadual —, que instituiu permanentemente a isenção de impostos aos novos residentes, enquanto outros estados norte-americanos impunham recolhimento desses impostos.

Similares interesses financeiros, que motivaram a criação da área residencial denominada “*Millionaires’ Row*”, contribuíram para o fim de uma era. Devido às mudanças de zoneamento, persuadidas pelos próprios proprietários das mansões, a partir da década de 1950, pouco a pouco, o “*Millionaires’ Row*” foi dando lugar a hotéis e edifícios residenciais. A mudança de zoneamento foi um reflexo do significativo crescimento econômico imediatamente ao pós-guerra, associado ao surgimento de uma forte classe média e ao grande aumento da população que causaram rápidos adensamento e verticalização, com a substituição das mansões por edifícios. Desde o fim da década de 1940, hotéis já vinham sendo construídos próximos a área do “*Millionaires’ Row*”, o que motivou os proprietários das mansões, lote a lote, pelo seu poder financeiro, a mudar o zoneamento que permitiu a construção de hotéis que quadruplicariam o valor do terreno. Em poucos anos, os hotéis *Fontainebleau* e *Eden Roc*, de Morris Lapidus, iniciariam a completa derrocada das mansões do “*Millionaires’ Row*”, que desapareceriam em pouco mais de uma década. O hotel *Fontainebleau* substituiu a mansão Snowden/Firestone em 1954, enquanto o hotel *Eden Roc*, que ocupava dois lotes, substituiu as mansões Griffin/Warner e Elston/McCullough em 1955. As mansões ao norte dos hotéis *Fontainebleu* e *Eden Roc* foram substituídas por edifícios somente no decorrer década de 1960, dado que a Câmara Municipal temia uma rápida derrubada das mansões que pudesse causar uma também acelerada construção de má qualidade de hotéis que, por sua vez, também competiriam com os vários hotéis já existentes. Alguns hotéis que substituíram as mansões foram também demolidos dando lugar aos edifícios residenciais que atualmente ocupam os lotes.

Figura 150— Istmo onde se localizava o “*Millionaire’s Row*”, entre o Oceano Atlântico (à direita) e o riacho *Indian Creek* (à esquerda). À direita, a mansão Firestone, em 1923, com vista ao mar. A *Collins Avenue* terminava no lote da propriedade Firestone, à altura da rua Quarente e Quatro. A mansão James Snowden (milionário dos negócios do petróleo, de Oklahoma) foi construída em 1916 e vendida a Harvey S. Firestone, fundador da empresa *Firestone Tire and Rubber Company*, em 1923.

Fonte: Miami Archives.

Figuras 151 e 152— A mansão Firestone serviu de escritório para a construção do hotel *Fontainebleu* e foi demolida em 1954 para dar lugar aos jardins do hotel.

Fonte: Miami Archives.

O fim da era das mansões do istmo, que formou o “*Millionaire’s Row*”, marcou o fim de um capítulo da história da cidade de Miami Beach e abriu um novo capítulo caracterizado pelo contexto histórico do pós-guerra, definido por novos costumes de uma crescente classe média. No entanto, a característica de “*America’s Winter Playground*” que direcionou o processo de urbanização da cidade de Miami Beach permaneceu. A imagem de estação de turismo tropical, deliberadamente criada e artificial, se efetivou. As casas unifamiliares deram lugar à verticalização. As mansões dos magnatas do petróleo e das indústrias associadas ao automóvel deram lugar a edifícios de hotéis e prédios residenciais, destinados à crescente classe média, cujo poder aquisitivo e de consumo emergiram, impulsionados pelo otimismo econômico do pós-guerra. O “*America’s Playground*” convidava a todos a “viver a vida boa”. Uma nova era marcava o próximo capítulo da história de Miami Beach.

4.2 “*AMERICA’S WINTER PLAYGROUND*”: OS HOTÉIS DE MIAMI BEACH

À medida que este trabalho busca estudar a maneira que a cultura norte-americana do segundo pós-guerra — redefinida por sentimentos de otimismo e consumo, bem como por valores de mobilidade e lazer — informou e definiu a arquitetura moderna hoteleira de Morris Lapidus, acredita-se ser fundamental apresentar, ainda que brevemente, a evolução histórica dos hotéis de Miami Beach que culminou na tipologia de hotel-balneário dos anos 1950.

4.2.1 Hotéis de Miami Beach: evolução histórica

A primeira geração de hoteleiros, das décadas de 1910 e 1920, — incluindo os irmãos Lummus, John S. Collins, Thomas Pancoast e Carl G. Fisher que produziram seus hotéis, na maioria, em estilo Mediterrâneo — era de visionários que fundaram a cidade-balneário que Miami Beach ainda prima em ser. A segunda geração de hoteleiros, do “*Boom*” e da Depressão, décadas de 1920 a 1940, inclui os criadores dos hotéis em estilo *Art Deco*

da atual *South Beach*. A terceira geração do ramo hoteleiro e suas obras, representantes da cena do meio do século XX (1945-1965), inclui, por exemplo, o empreendedor Ben Novack e o arquiteto Morris Lapidus, protagonistas da épica construção do hotel *Fontainebleau*, símbolo do hotel-balneário de Miami Beach nos anos 1950.

Analisando a lista de hotéis abertos anualmente em Miami Beach, de 1915 a 2004, elaborada por Howard Kleinberg⁸² (2005, p. 125-130), pode-se dividir a história dos hotéis de Miami Beach em cinco períodos: 1915-1925, 1926-1934, 1935-1941, 1942-1965 e 1966-2004.

Apesar de os primeiros quatro anos, dos onze anos que compõem o primeiro período (1915-1925), terem ocorrido durante a Primeira Guerra Mundial, observa-se um gradativo crescimento da construção de hotéis nesse período em que foi registrada a inauguração de 44 hotéis. Durante a guerra, entre 1915 (fundação da cidade de Miami Beach) e 1918, cinco hotéis foram abertos. De 1920 a 1925, houve um rápido investimento hoteleiro, culminando com dezenove novos hotéis abertos em 1925.

Notadamente, em uma década, desde que o primeiro hotel começou a ser construído em 1915⁸³ nas terras dos irmãos Lummus, em *Ocean Beach*, até 1925, Miami Beach prematuramente se consolidava como o uma cidade-balneário. Até o momento que os Estados Unidos entraram na Segunda Guerra Mundial, em 1942, o número de hotéis passou de pouco mais de trezentos (KLEINBERG, 2005, p. 7-8).

O segundo período (1926-1934) revela um desaceleramento de investimento no setor hoteleiro em decorrência do despreparo em enfrentar a inesperada chegada do furacão devastador de 1926, somado à quebra da Bolsa de Valores de Nova York em 1929 e aos subsequentes anos da Grande Depressão. Apenas dezoito novos hotéis foram registrados em Miami Beach nesses nove anos.

Apesar do cenário econômico desfavorável da segunda metade da década de 1920, Miami Beach, antes do que muitas cidades americanas, começou a se recuperar dessa

⁸² O autor do livro aponta que esta lista não é completa, mas é a compilação mais detalhada de registro de abertura de hotéis até 2004.

⁸³ O *Brown's Hotel* foi aberto pelo escocês, residente de Nova York, William J. Brown no inverno de 1915-1916, nove meses depois da inauguração da cidade de Miami Beach, em 1915. O hotel, apesar de ter passado por várias reformas pelos seus inúmeros proprietários, ainda existe e abriga atualmente o restaurante *Prime 112 Steakhouse*, situado à 112 *Ocean Drive*.

crise econômica já na metade da década de 1930, quando novos investimentos começavam a ser implementados na cidade. Independentemente dos últimos anos da Depressão e dos primeiros anos da Segunda Guerra Mundial, o terceiro período (1935-1941), de apenas sete anos, documenta um número recorde de registro de cento e sessenta e três novos hotéis em Miami Beach.

O quarto período, de pouco mais de duas décadas (1942-1965), inicia quando os Estados Unidos entram na Segunda Guerra Mundial e Miami Beach se torna um centro de treinamento das Forças Aéreas Americanas — *United States Army Air Corps-USAAC* (1942-1945). Em pouco mais de duas décadas, somente vinte e quatro novos hotéis foram abertos em Miami Beach. Quando do fechamento do centro de treinamento das Forças Aéreas Americanas, um artigo do *Miami Herald*, de 20 de dezembro de 1945, revelou que 85% dos hotéis de Miami Beach, representando 25% dos hotéis da Flórida, tinham sido alugados (infimamente) pelas forças armadas. Um quarto dos oficiais e um quinto dos homens alistados na Força Aérea tinham sido treinados em Miami Beach (KLEINBERG, 2005, p. 54-55).

Após a guerra, com os soldados das forças aéreas retornando a Miami Beach, independentemente da estação do ano, e o comando dos hotéis sendo devolvido aos seus proprietários, os hotéis de Miami Beach, pela primeira vez, abriram serviços para a temporada de verão, procedimento seguido pelas lojas e restaurantes. Já no verão de 1947, houve um significativo influxo de turistas do norte dos Estados Unidos registrado em Miami Beach.

Aos poucos, o uso crescente do ar-condicionado em hotéis impulsionou a abertura das atividades do consagrado balneário de inverno durante os meses de verão. Em 1947, quando aparelhos de ar-condicionado começavam a ser instalados em algumas áreas dos hotéis, o Martinique Hotel (6423 Collins Avenue), com projeto do arquiteto Roy France (1888-1972), foi o primeiro hotel a ser projetado com ar-condicionado central. Entre 1946 e 1955, todos os principais hotéis de Miami Beach foram convertidos para receber sistemas de ar-condicionado central (KLEPSEK, 2014, p. 136). Desde 1948, as propagandas dos hotéis de Miami Beach se estenderam de cenas tropicais no inverno ao termo “*Air Conditioned*” no verão.

Em 1950, quando a lei, que autorizava entretenimento somente em clubes e o proibia

em hotéis, foi banida pela Câmara Municipal de Miami Beach, artistas famosos como Jerry Lewis e Frank Sinatra começaram a fazer espetáculos nos clubes dos hotéis, contribuindo ainda mais para o sucesso turístico e hoteleiro de Miami Beach.

O quinto, e mais recente, período (1966-2004) registrou somente quatro novos hotéis em quatro décadas, sendo que dois deles (um de 2002 e o outro de 2004) são exemplos de renovação de edifícios históricos de hotéis representantes do *Art Deco*, além de outros dois edifícios de 1967 e 1998. A metade da década de 1960 demarca uma nova fase da história dos hotéis de Miami Beach, em que novos hotéis são inaugurados por meio de renovações e ampliações de edifícios históricos dos hotéis *Art Deco* das décadas de 1930 e 1940 e, posteriormente nos anos 2000, de edifícios de hotéis representantes da arquitetura moderna.

Desde meados da década de 1960 e, principalmente durante as décadas de 1970 e 1980, o turismo de Miami Beach entrou em declínio⁸⁴. Por outro lado, os movimentos preservacionistas da década de 1970 levaram à designação do distrito histórico da área de *South Beach* (genericamente, de sul a norte: da rua Cinco à rua Vinte e Três; de leste a oeste: da Ocean Drive à Alton Road), o *Art Deco District* (inicialmente denominado *Old Miami Beach*) pelo *National Register of Historic Places*, em maio de 1979. Como a designação histórica não impede demolições, a década de 1980 foi marcada, não só pela preservação de muitos desses edifícios (prédios baixos de hotéis e de prédios de apartamentos), mas também pelas demolições de muitos outros. Devido a investimentos de novos empreendedores na preservação dos edifícios *Art Deco* de *South Beach*, na década de 1990, o *Art Deco District* impulsionou o renascimento do turismo de Miami Beach.

O século XXI é marcado pela designação de conjuntos de edifícios representantes do *Miami Modern* como distritos históricos (2004-2009). Em Miami Beach, quatro áreas foram designadas distritos históricos: *The North Beach Historic District* (2004) e *The Morris Lapidus/Mid 20th Century Historic District* (2009) pela Cidade de Miami Beach. Outros dois distritos históricos, *The Normandy Isles National Register Historic District* (2008) e *The North Shore National Register Historic District* (2009), estão listados no *National Register of Historic*

⁸⁴ Também devido à competição de cidades como Las Vegas, bem como de destinos turísticos onde os cassinos eram legalizados, como o Caribe ou mesmo de cruzeiros-cassinos sem destino (“cruises to nowhere”) cujo objetivo era exclusivamente os jogos. Durante as décadas de 1970, 1980 e 1990, os cassinos foram rejeitados pelos eleitores em plebiscitos na Flórida.

Places. Bay Harbor Islands, um conjunto de duas ilhas situado ao norte de Miami Beach, também é cenário da discussão sobre demolição versus preservação de obras reconhecidas como exemplos significativos do *Miami Modern*. Ainda sem proteção a nível municipal ou nacional, o *National Trust for Historic Preservation* incluiu a ilha situada a leste do conjunto, a *Bay Harbor's East Island*, na sua lista de 2014 dos sítios históricos mais significativos que se encontram ameaçados de demolição⁸⁵.

Nas últimas cinco décadas, de meados dos anos 1960 até 2016, o setor hoteleiro de Miami Beach foi significativamente marcado por renovações de hotéis em edifícios históricos *Art Deco* e *Miami Modern*. Tais renovações, parcialmente devido ao alto custo envolvido em demolições, devem-se também ao apelo comercial que essas estruturas históricas incitam. O aguçado mercado imobiliário, aos poucos, transforma os “estilos arquitetônicos” *Art Deco* e *MiMo* em “marca”, uma forma de propaganda e consumo desses edifícios históricos renovados, em alguns casos para conversão de hotéis em condomínios residenciais.

Coincidentemente, a análise de Kleinberg termina em 2004, quando acredita-se que um sexto período da história dos hotéis de Miami Beach emergiu. Nesta última década, vastos empreendimentos de luxo de uso misto (torres de apartamentos e torre de hotel com comércio) vêm sendo construídos em grande escala em Miami Beach (e em toda região de Miami), independentemente da crise econômica de 2008-09 que pouco afetou o mercado internacional imobiliário do Sul da Flórida, fato que confirma a histórica posição da resiliente Miami Beach como um “*America's Playground*”.

A análise da lista de hotéis inaugurados em Miami Beach em nove décadas da sua história, desde a fundação da cidade até 2004, é relevante, não apenas pela identificação do volume de construção de cada período histórico associado a aspectos econômicos, mas também pela possibilidade de identificação do processo de espacialização e territorialização desses hotéis. Nota-se que, com raras exceções, os hotéis das décadas de 1910 e 1920, na sua maioria em estilo Mediterrâneo, e os hotéis das décadas de 1930 e 1940, representantes do *Art Deco*, foram construídos na parte sul de Miami Beach, desde o *Government Cut* (canal) até a rua Vinte e Três (limite ao norte do *Art Deco District*), indistintamente da

⁸⁵ Adicionalmente, em 2006, a cidade de Miami designou como distrito histórico uma área ao longo da avenida *Biscayne Boulevard*, o *MiMo Biscayne Boulevard Historic District*.

sua localização à beira-mar (e à beira da Baía de *Biscayne*) ou no interior da ilha de Miami Beach.

A urbanização de Miami Beach ocorreu do sul ao norte. Os edifícios *Art Deco* — de baixa estatura, que serviram de hotéis e prédios de apartamentos e atenderam à classe média (modelo iniciado pelos irmãos Lummus com seu loteamento *Ocean Beach* na década de 1910 e 1920) — naturalmente ocuparam a área sul de Miami Beach durante as décadas de 1940 e 1950, após a devastação causada pelo furacão de 1926, seguida pela falta de recursos gerada durante os anos da Depressão.

À medida que a urbanização de Miami Beach ocorreu de sul a norte, os edifícios de arquitetura moderna foram situados, primordialmente, na parte ao norte da cidade. Os hotéis modernos, além de terem introduzido uma nova tipologia de torres e um novo programa de hotel-balneário, foram implantados em lotes generosos⁸⁶, antes ocupados por vastas propriedades de milionários nas décadas de 1920 e 1930. Essas mansões foram demolidas nas décadas de 1950 e 1960 para cederem lugar a esses hotéis ou torres de condomínios representativos da arquitetura moderna do pós-guerra⁸⁷ (KLEPSER, 2014, p. 63-64).

Devido à mudança de zoneamento, pressionada pela especulação imobiliária decorrente do crescimento do valor financeiro desses lotes residenciais privilegiados à beira-mar — que ocupavam o istmo entre o Oceano Atlântico e o *Indian Creek*, denominado *Millionaire's Row*, situado entre as ruas Quarenta e Quatro e Sessenta e Três —, pouco a pouco, tais lotes foram aprovados para verticalização, em um momento histórico que a tecnologia avançada pelo Movimento Moderno oferecia novos métodos de construção, acompanhada da mudança de valores sociais e econômicos do pós-guerra.

⁸⁶ Lotes consideravelmente maiores (cerca de 30m x 120m) do que os lotes normais dos loteamentos.

⁸⁷ Segundo uma tabela com a lista de mansões construídas no *Millionaire's Row*, que inclui os anos de construção e demolição das mansões.

Figura 153—Vista do rio *Indian Creek* a partir do Oceano Atlântico. O hotel *Fontainebleau* (1954) à frente do hotel *Eden Roc* (1955)—ambos de Morris Lapidus—evidenciam o início da verticalização do istmo *Millionaire's Row*, atualmente situado na *Mid-Beach*, em Miami Beach.

Fonte: Miami Archives.

4.3 O PÓS-GUERRA NO SUL DA FLÓRIDA: MODERNIDADE PROGRESSISTA

As recentes monografias que abordam a história de Miami Beach, em geral, classificam como “histórico” os edifícios até a década de 1940, negligenciando a arquitetura do segundo pós-guerra e, portanto, deixando em aberto novos caminhos de análise dessa arquitetura moderna dos anos 1950.

O crescimento econômico e populacional de Miami Beach ocorreu significativamente em dois momentos históricos: após a Primeira Guerra Mundial (nos anos 1920 e 1930) e após a Segunda Guerra Mundial (notadamente nos anos 1950). A sua característica de “*America's Winter Playground*”, de ambos os períodos, afetou o desenvolvimento da cidade, a sua urbanização e sua construção.

4.3.1 “*American Dream*”: o pós-guerra na América

Na metade do século XX, a transformação ocorrida na cidade de Miami Beach, devido ao crescimento econômico e populacional dos Estados Unidos, caracterizou-se pelo estabelecimento da classe média norte-americana e pela suburbanização, particularmente com o retorno dos veteranos de guerra. Incentivos governamentais e leis trabalhistas garantiram empregos fixos com melhorias de salários e direito a férias. O ganho com o aumento do poder aquisitivo e a popularização do automóvel—incentivado pelo desenvolvimento do sistema viário do país—formaram uma sociedade móvel que impulsionou a migração e o turismo para regiões de clima subtropical como o Sul da Flórida. O estabelecimento de uma sociedade de consumo, o desenvolvimento de métodos e tecnologia da construção e a disseminação do ar-condicionado definiram a forma subtropical moderna da habitação à hotelaria. A arquitetura moderna de Miami desenvolveu-se para atender o desejo de consumo dessa emergente classe média móvel. A linguagem da arquitetura moderna hoteleira de Morris Lapidus contribuiu para a formação e o fortalecimento do estilo de vida típico e sem precedente do pós-guerra norte-americano.

4.3.1.1 “*Boom*” econômico e populacional: classe média e suburbanização

Em 1945, o ex-primeiro-ministro britânico Winston Churchill disse “A América neste momento está na cúpula do mundo” (ELLIOTT, 1999, p. 49). Essa imagem da América, proclamada por Churchill, essencialmente se consolidou durante os anos 1950. Politicamente, os Estados Unidos se firmavam como o poder militar mais forte do mundo. O nascente movimento dos direitos civis e da cruzada contra o comunismo, internamente e no exterior, expuseram as divisões subjacentes à sociedade americana. Economicamente, a prosperidade dos Estados Unidos impulsionou um estilo de vida norte-americano determinado pelo crescimento sem precedente de poder aquisitivo e de consumo de uma emergente classe média suburbana.

A tensão entre os Estados Unidos e a União Soviética, a Guerra Fria, foi outro elemento definidor da década de 1950 que caracterizou a política externa norte-americana

durante décadas. O anticomunismo da década de 1950 também afetou a política doméstica através de punições aos subversivos com o objetivo de pôr fim às atividades antiamericanas. Esse posicionamento anticomunista do governo contribuiu para o fortalecimento do sentimento nacionalista e ufanista da sociedade americana que se manifestou nas formas de habitação e diversão e se materializou na arquitetura moderna do pós-guerra. Somados a esses valores políticos, a década de 1950 nos Estados Unidos pode também ser caracterizada pela essência da palavra “*boom*”, muito utilizada por historiadores para descrever o acelerado crescimento da economia (*economic boom*), o desenvolvimento e a expansão dos subúrbios (*suburb boom*) e, principalmente, o número recorde de aumento da população, de cerca de quatro milhões de bebês nascidos por ano nessa década (“*baby boom*”) (HISTORY, 2016).

O desenvolvimento da década de 1950, marcado pelo fim da Segunda Guerra Mundial, gerou otimismo e confiança em um futuro de paz e prosperidade. Entre 1945 e 1960, o produto nacional bruto mais do que dobrou, crescendo de US\$ 200 bilhões para mais de US\$ 500 bilhões (MONHOLLON, 2010, XVI). Grande parte desse aumento veio de gastos do governo, como a construção de estradas e escolas, a distribuição dos benefícios dos veteranos e, acima de tudo, o aumento de gastos com bens, como aviões, e novas tecnologias, como computadores. Enquanto as taxas de desemprego e inflação diminuíam, os salários aumentavam. O crescimento do poder aquisitivo da classe média, associado à variedade e disponibilidade de bens de consumo, expandidos junto com a economia, geraram alto poder de compra, caracterizando o espírito consumista norte-americano da década de 1950.

O crescimento populacional e o crescimento suburbano se impulsionaram mutuamente. Logo após o término da Segunda Guerra Mundial, empreendimentos habitacionais para a classe média, possibilitados por novas técnicas de construção de produção em massa que se espalharam, por exemplo, pelas periferias das cidades de Nova York, Nova Jersey e Pensilvânia, tornaram-se os mais famosos símbolos da vida suburbana norte-americana na década de 1950⁸⁸.

⁸⁸ *Levittown*, quatro grandes desenvolvimentos suburbanos criados nos Estados Unidos por William Levitt e sua empresa *Levitt e Sons* após a Segunda Guerra Mundial para atender à demanda de habitações gerada pelo regresso de veteranos.

O *G.I. Bill of Rights*⁸⁹, assinado como lei pelo presidente Franklin D. Roosevelt em 1944, ofereceu aos veteranos da Segunda Guerra Mundial fundos para a educação universitária, a habitação e o seguro-desemprego, incentivando novos investimentos de empreendimentos habitacionais nas periferias das cidades. Antes da guerra, acessos à casa própria e à universidade eram, geralmente, sonhos inalcançáveis para o norte-americano de classe média. Com o *G.I. Bill*, milhões de pessoas, principalmente veteranos, que teriam inundado o mercado de trabalho, optaram pela educação. Os veteranos chegaram a representar quase que metade das admissões em cursos superiores. Até o término dessa lei, em 1956, praticamente metade dos dezesseis milhões de veteranos da Segunda Guerra Mundial havia participado de um programa de educação ou treinamento técnico. De 1944 a 1952, milhões de veteranos também se beneficiaram do financiamento habitacional, garantidos por essa lei. Notadamente, enquanto os veteranos obtiveram largamente os benefícios de educação e de financiamento da casa própria, poucos deles coletaram o salário-desemprego também oferecidos pela lei, tendo sido utilizados somente vinte por cento dos fundos reservados para esse benefício, fato que contribuiu para os grandes investimentos em projetos de campi universitários e habitações do pós-guerra (U.S. DEPARTMENT OF VETERANS AFFAIRS, 2016).

O processo de suburbanização também levou as mulheres a deixarem a força de trabalho e abraçarem seus papéis como esposas e mães, bem como a vida doméstica. Contribuindo para o forte papel de donas de casa da década de 1950, as mulheres se depararam com práticas e políticas, incluindo o *G.I. Bill of Rights*, que desfavoreceram avanços na sua educação e nas suas carreiras profissionais (OAKES, 2006).

⁸⁹ Oficialmente, o *Servicemen's Readjustment Act* de 1944, denominado *G.I. Bill of Rights*, foi criado para ajudar os veteranos da Segunda Guerra Mundial. O projeto de lei estabeleceu hospitais, ofereceu hipotecas disponíveis a juros baixos, e concedeu bolsas de estudo que cobriam mensalidades e despesas escolares, incentivando os veteranos a atenderem cursos universitários ou técnicos. De 1944 a 1949, cerca de 9 milhões de veteranos receberam próximo a US \$ 4 bilhões do programa de seguro-desemprego por meio desse projeto de lei. As disposições de educação e treinamento estiveram em vigor até 1956, enquanto a Administração de Veteranos ofereceu empréstimos segurados até 1962. O *Readjustment Benefits Act* de 1966 estendeu esses benefícios a todos os veteranos das forças armadas, incluindo aqueles que tinham servido em tempo de paz (SOCIAL SECURITY, 1944.)

4.3.1.2 “*New Look*”: consumismo e vida doméstica

Os anos 1950 marcaram um período de renovação e otimismo quando a austeridade dos anos imediatos ao término da Segunda Guerra Mundial foi sendo gradativamente substituída por um acelerado crescimento econômico. Toda uma infraestrutura, antes destinada à guerra, passava a ser direcionada à paz e à liberdade, por intermédio de grandes esforços empreendidos na busca de transformar o mundo em um lugar melhor socialmente, politicamente, economicamente e materialmente. Nos Estados Unidos, já desde os primeiros anos da década de 1950, o estado de insegurança associado à Grande Depressão e à Segunda Guerra Mundial se extinguiu, cedendo lugar ao início de um período de abundância, significativamente impulsionado por uma cultura de consumo.

A classe média e a classe média-baixa se beneficiaram do desenvolvimento em larga escala de empreendimentos habitacionais. A casa própria rapidamente deixou de ser um privilégio da classe alta. Como em alguns países da Europa, os Estados Unidos instituíram programas de habitação no pós-guerra e a habitação passou a ser altamente valorizada como um direito humano fundamental. Conjuntos habitacionais, de baixo custo e financiados pelo governo que enfatizavam o planejamento urbano dos bairros, foram implementados. Como os métodos de construção derivaram de componentes manufaturados industrialmente, os maiores avanços no setor público de habitação se deram notadamente nos países mais industrializados como os Estados Unidos.

Nos Estados Unidos do pós-guerra, a maioria das pessoas almejava um emprego seguro, uma casa em um subúrbio, uma família grande, um carro grande e eletrodomésticos que reduzissem o trabalho manual doméstico. A casa tornou-se o grande foco do “*American Dream*” e fabricantes, tenazmente, visaram essa nova geração de donas de casas e novos consumidores. As casas modernas com plantas livres e espaços divisíveis, sendo menores, requisitavam um melhor planejamento, levando a novas formas de habitar que exigiam novos tipos de móveis que favorecessem flexibilidade, como sofás e estantes modulares, divisores de espaços e sofás-camas. *Designers* e fabricantes apelaram à crescente aspiração dos consumidores, que foi refletida na criação de produtos com linhas simplificadas e progressistas que representassem a personificação do “Sonho Americano”.

As disciplinas da arquitetura e do *design* se beneficiaram das novas aplicações das

pesquisas desenvolvidas durante a guerra, especialmente com novos materiais e métodos de construção. Novos materiais, como o laminado plástico, a fibra de vidro e a espuma de látex, praticamente definiram a imagem das artes decorativas dos anos 1950, enquanto *designers* se inspiravam em temas relacionados ao desenvolvimento científico como química molecular, física nuclear e ficção científica (FIELL, 2015, p. 13). As formas angulares do início dos anos 1950 evoluíram em formas mais orgânicas e biomórficas durante o decorrer da década.

Na metade da década de 1950, esse estilo do meio do século passou a ser a imagem contemporânea de habitação. A produção e a distribuição em massa contribuíram para a rápida aceitação e incorporação de casas e mobiliário modernos. Casais do pós-guerra estavam começando uma vida nova em um mundo novo e queriam uma casa que refletisse os ideais de uma nova geração (MARCUS⁹⁰, 1998 apud GILLER, 2007, p. 43). Os anos 1950, portanto, definiram uma era de carros dos sonhos, casas dos sonhos e cozinhas dos sonhos em que o consumismo em massa foi promovido como uma necessidade social e econômica.

4.3.1.3 “*The Good Life*”: relocação e turismo

Com o fim da Segunda Guerra Mundial, as mudanças sociais e econômicas — em consequência do retorno dos veteranos de guerra, do crescimento econômico, populacional e habitacional, da proliferação de subúrbios, da instituição de jovens famílias e do consumismo em massa — trouxeram à tona novos questionamentos do que significava, naquele momento histórico, ser “*American*”. No contexto do pós-guerra, a reflexão sobre a identidade do norte-americano estava centrada mais na busca de uma identidade individual e na satisfação de objetivos familiares e pessoais do que nos ideais de responsabilidade cívica do *New Deal* dos anos 1930, associada a contribuições ao bem comum (COHEN⁹¹, 2003 apud FRIEDMAN, 2010, p. 23). As divisões entre norte-americanos por raça, sexo e riqueza se expressavam em larga escala, impulsionadas pelo consumismo,

⁹⁰ MARCUS, George H. **Design in the Fifties: when everyone went modern**. New York: Prestel, 1998.

⁹¹ COHEN, Lizabeth. **A consumer's republic: the politics of mass consumption in postwar America**. New York: Knopf, 2003.

que por sua vez, foi fortalecido pela crescente comunicação de massa como as mídias das revistas e da televisão.

A busca pela identidade do americano estava associada ao processo de “americanização”⁹² que, por sua vez, dependia da absorção de ideologias e hábitos de pensamento que reforçassem a própria imagem dos norte-americanos como sendo excepcional e, unicamente, favorecida pela vantagem de serem cidadãos da democrática América. As ideias de identidade norte-americana se formavam mais pela educação informal dos modos de viver oferecidas pelas novas habitações e pelo crescente comércio do que pela educação formal das escolas. O compromisso com a sua independência individual definiu um cidadão que se identificava pelo apreço à mobilidade, possibilitada pela expansão do sistema rodoviário que formou uma geração de viajantes e turistas na década de 1950 (LUCE, 1941, p. 62). Mobilidade, relocação e turismo tornaram-se subprodutos dessa busca por identidade no pós-guerra. A imagem do norte-americano, caracterizada pelos novos costumes definidos pela sociedade automotiva, aparece frequentemente como um *cliché* do estilo de vida moderno do pós-guerra, sendo muito comum em propagandas de circulação em massa e suas glamorosas fotografias que colocavam o automóvel como um símbolo de consumo do *jet-set* e do luxo do *nouveau-riche*.

A noção de independência e de espírito livre do norte-americano reforçou a preferência pela qualidade de espaços avantajados, oferecidos pela suburbanização: um conceito caracterizado por um novo modelo de planejamento dos empreendimentos habitacionais, pela típica casa unifamiliar de um piso, generosamente espalhada no terreno, e pelas grandes áreas ajardinadas que circundavam essas residências.

A cultura de mobilidade e de lazer da nova classe média norte-americana — já estimulada pela indústria automobilística que, por sua vez, foi favorecida por investimentos privados e públicos em rodovias interestaduais — foi significativamente incentivada por melhores condições trabalhistas como a garantia de emprego fixo, de aumento de salários e de férias remuneradas, e também estimulada pela massiva propaganda do turismo.

Essa cultura visual, estimulada pelos grandes esforços corporativo e comercial, fortemente influenciou os valores e hábitos de compras dessa geração de norte-americanos à

⁹² O conceito de “americanização” é discutido por Alice T. Friedman (FRIEDMAN, 2010, p. 1-37).

medida que eles habitualmente se relocavam ou viajavam, deixando as cidades pelos subúrbios ou começavam uma nova vida em regiões com climas amenos como a Califórnia e a Flórida (FLORIDA HUMANITIES COUNCIL, 2016). O aceleração da relocação e do turismo, com destino às cidades subtropicais como Los Angeles e Miami Beach, reforçou a busca do norte-americano por uma nova definição de identidade do que era ser “*American*” naquele momento histórico. Um aspecto dessa definição de identidade do norte-americano adveio de um imaginário unicamente proporcionado pela tropicalidade das áreas ao sul dos Estados Unidos⁹³. A tropicalidade do Sul da Flórida, embora “artificial” e “fabricada”, foi favorecida pelo clima subtropical e atraiu um expressivo contingente, sem precedente, de novos residentes, residentes temporários e turistas no pós-guerra⁹⁴.

⁹³ É importante apontar que esse aspecto do estilo de vida do norte-americano no pós-guerra foi largamente documentado, por exemplo, por meio de publicações das residências de Richard Neutra na Califórnia, enquanto as casas modernas do Sul da Flórida, que também registraram esses costumes, receberam publicidade mínima.

⁹⁴ A questão da “artificialidade” de uma imagem de tropicalismo e de uma “tropicalidade fabricada” como objeto de consumo.

Planta do saguão principal do (1) hotel *Fontainebleau* superposta à
 (2) perspectiva colorida de Morris Lapidus.
 Fonte: (1) Morris Lapidus Papers”, Special Collection Research Center,
 Syracuse University Libraries, Syracuse, NY.
 (2) *The Bass Museum of Art*, Miami Beach, FL.

5

COLAGEM EM ARQUITETURA: ESCOLHAS E APROPRIAÇÕES

"Meu trabalho nunca tentou seguir as tendências em mudança; era sempre uma espécie de forma plástica moldada pela característica mais importante dos meus edifícios, os interiores, para os quais todos os edifícios são projetados"

— Morris Lapidus

(LAPIDUS, 1996, p. 294, tradução nossa)

5.1 ARQUITETURA COMO *MERCHANDISING*: IDENTIDADE E TIPOLOGIA

“No mundo moderno [da metade do século XX], a identidade não é herdada, mas consiste na narrativa que cada indivíduo constrói para dar sentido à vida” (GIDDENS⁹⁵, 1991 apud THOMAS; SNYDER, 2005, p. 187). A identidade do norte-americano estava alinhada com a busca do que significava ser “*American*” naquele momento de grande otimismo e prosperidade. No segundo pós-guerra, as condições de afluência e benefícios empregatícios de férias e lazer tornaram possível a construção de um mundo moderno, ampliadas à uma larga parte da população norte-americana.

Miami Beach, já estabelecida como o *America's Playground*, ofereceu à nova afluyente classe média uma oportunidade de exercitar a sua ascendência ao direito de lazer e recreação. O lazer contribuiu para a definição de modernidade na formação da sua identidade. Da mesma maneira que durante a Depressão a identidade de ser “*American*” advinha da cultura de modernização das lojas da *Main Street*, a afluyente emergente classe média reforçou nos hotéis-balneários de Miami Beach a sua identidade de modernidade no cenário do segundo pós-guerra. No século XX, a loja da *Main Street* e o *hotel-resort* de Miami Beach de Lapidus marcaram o encontro entre a inovação do projeto de modernização com a identidade de modernidade da sociedade⁹⁶. Tanto a loja como o hotel são tipologias de edifícios determinadas por manifestações culturais, notadamente, estimuladas pelo consumismo em massa. O consumo está diretamente associado à cultura e às relações sociais.

O hotel-balneário de Morris Lapidus é, portanto, resultado de uma manifestação de um projeto inventivo que, simultaneamente, revelou e formou a vida moderna do segundo pós-guerra. Seus projetos de arquitetura e de interiores são excepcionais expressões vívidas da cultura contemporânea norte-americana naquele exato momento histórico. Em Miami Beach, a modernidade progressista dos hotéis-fantasias de Lapidus, de

⁹⁵ GIDDENS, Anthony. **Modernity and self-identity: self and society in the late modern age**. Palo Alto: Stanford University Press, 1991.

⁹⁶ “Se a modernização é um processo de desenvolvimento econômico e social no âmbito de uma sociedade inteira, a modernidade é uma descrição adequada de como esse processo de desenvolvimento afeta a vida diária das pessoas” (BRUNA, 2010, p. 22-23, grifo nosso).

estratégica teatralidade que visava o consumismo, foi expressa duplamente: pela sua arquitetura moderna tropical e pelos seus interiores ricamente ornamentados. Ele associou tradição à modernização, ornamentação à modernidade. Os seus hotéis-balneários foram concebidos pelo impulso do seu tempo, não por estilo, teoria ou ideologia. Lapidus criou uma identidade arquitetural a partir das questões críticas contemporâneas daquele momento histórico, independente de hegemonias dominantes. Para Lapidus, foi necessário desconsiderar os paradigmas convencionais da arquitetura para ver o seu mundo contemporâneo com novos olhos. Esta também é a única maneira de adentrar a sua obra.

Nesse contexto, este estudo da obra hoteleira de Lapidus no Sul da Flórida se fundamenta na iconologia como método de interpretação histórico-cultural e parte, portanto, do contexto cultural, social e histórico que determinou essa obra⁹⁷. Como método, a iconologia é derivada da síntese, e não da análise dispersa e superficial utilizada pelos críticos modernos da metade do século XX, contemporâneos dos hotéis-balneários de Lapidus. Este estudo, portanto, está distante da análise descritiva que aborda o significado das obras de arte e arquitetura concentrado, principalmente, na sua classificação. Pela iconologia examina-se o significado simbólico mais do que o valor da sua aparência, reconciliando-o com o seu contexto histórico, com o corpo do trabalho de Lapidus e o seu método de projeto desenvolvido para as suas lojas que foi ampliado nos seus projetos para os hotéis-balneários. Este estudo dessa arquitetura prioriza o conteúdo simbólico da obra de arquitetura sobre os seus aspectos formais, embora se valha deles para explicar tal simbolismo. Nessa obra o valor dos aspectos formais não está no seu caráter intrínseco, mas na sua manipulação como instrumento de retórica. Esta interpretação dos hotéis-balneários de Lapidus dos anos 1950 se distancia, portanto, dos métodos superficiais utilizados pela sua crítica contemporânea que estavam baseados estritamente nos princípios estéticos do *International Style*. Distantes da complexidade dos projetos do arquiteto que, efetivamente, definiram o projeto tropical moderno no segundo pós-guerra em Miami, o seu criticismo foi ditado somente pelos princípios de forma preestabelecidos pelos dogmas do *Style*⁹⁸.

⁹⁷ Cf. Capítulo 2 deste trabalho.

⁹⁸ Cf. Capítulo 2 deste trabalho.

5.1.1 A "elegância do mundo velho" com o "charme da luxúria da Flórida"⁹⁹

O vocabulário de projeto de arquitetura e de interiores do hotel-balneário de Morris Lapidus serviu de recursos visuais que possibilitaram criar as experiências almejadas pela geração consumista dos norte-americanos, sugeridos pela busca da sua identidade. Muitos desses recursos arquitetônicos de aplicado simbolismo são caracterizados pelo seu simples apelo ao deleite. A arquitetura desses hotéis representa a essência da arquitetura populista do modernismo do pós-guerra norte-americano, a mais autêntica personificação da cultura *Populuxe*¹⁰⁰ da metade do século XX nos Estados Unidos, criada para evocar drama, exuberância e luxo. O termo *Populuxe* de Thomas Hine abrange menos o projeto desses hotéis do que os sentimentos que eles personificavam. "O valor de bens e experiências está, não no seu uso, mas no significado que ele comunica sobre quem nós somos e o que nós valorizamos" (DOUGLAS¹⁰¹, 1996 apud THOMAS; SNYDER, 2005, p. 203, tradução nossa). Um hotel de Lapidus em Miami Beach passa a ser ambos um formador dessa identidade, como seu próprio veículo de promoção. O seu "consumo" descreve a cultura de sua época e um específico grupo social. O modelo de projeto de modernização das lojas de Lapidus encontrou na artificialidade tropical de Miami Beach o contexto para a sua amplificação nos projetos do hotel-balneário.

Lapidus, cuja arquitetura visava primordialmente a experiência do usuário, implementou nos seus projetos de hotéis os seus métodos arquitetônicos de criação de formas e espaços, fundamentados em recursos psicológicos, que geravam forte apelo visual e causavam sucesso comercial. A abundância econômica refletiu-se na abundância de detalhes dos interiores dessa arquitetura moderna revestida e ricamente ornamentada. A mistura de ornamentos e decoração adicionou uma camada de *glamour* sobre a rígida

⁹⁹ Expressões usadas no anúncio de inauguração do hotel *Eden Roc*, cuja ilustração está inserida neste capítulo deste trabalho (NEW YORK TIMES..., 1955. p. X34).

¹⁰⁰ O termo *Populuxe* foi cunhado por Thomas Hine em seu livro **Populuxe: from tailfins and TV dinners to barbie dolls and fallout shelters**. New York: MJF Books, 1999. Hines destacou: "Eu decidi que uma era que comemorava o artificial deveria ter uma palavra artificial." De acordo com o Webster's College Dictionary (1991), o termo *Populuxe* significa um estilo decorativo extravagante do período 1954-1964 [...] [que causava] a sensação de luxo aos objetos cotidianos, como carros, eletrodomésticos e habitação.

¹⁰¹ DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **The world of goods: towards an anthropology of consumption**. New York: Rutledge, 1996, p. 36-92.

ordem cartesiana da grelha abstrata e minimalista e, conscientemente, adicionou as formas clássicas com senso de humor e deleite visual. Ao contrário da arquitetura descendente do intelectual, austero e exclusivista *International Style*, a popular e fantasiosa arquitetura moderna de Miami visava atender às aspirações do homem comum do pós-guerra. Essa arquitetura moderna espelhava os sonhos das pessoas do seu tempo, uma era que traduziu o crescimento econômico em abundância e o sentimento de liberdade em felicidade e diversão.

Durante o período de rápido crescimento residencial e turístico imediato à Segunda Guerra Mundial, a arquitetura moderna hoteleira de Lapidus foi impulsionada, notadamente, pela indústria automobilística. A popularização do automóvel na década de 1950 definiu costumes e influenciou partidos e programas dos projetos arquitetônicos, da habitação ao lazer. Desde os anos 1920, nos Estados Unidos, a apologia ao automóvel como primordial meio de transporte local, intermunicipal e interestadual, levou à intensa mudança de infraestrutura do país — construção de rodovias, vias expressas, postos de gasolina e a proliferação de motéis¹⁰² ao longo dessas rodovias —, definindo novos hábitos culturais e sociais que culminaram com a mudança de conceito e reorganização de espaços de habitação, trabalho, comércio e lazer nos anos 1950 (GILLER; NELSON, 2007, p. 9). A prosperidade do pós-guerra garantiu às famílias de classe média o acesso ao automóvel. O crescimento dos subúrbios — cujos planejamentos urbanos partiam da premissa do uso inquestionável do automóvel, e que, geralmente, estavam localizados na periferia das cidades e fora do alcance ao transporte coletivo — encorajou, extraordinariamente, a aquisição de automóveis.

As indústrias da suburbanização e a da popularização do automóvel se impulsionaram mutuamente. No Sul da Flórida, a ascendência do automóvel teve uma influência fundamental na arquitetura do pós-guerra, principalmente, em Miami Beach que foi urbanizada na década de 1910 com o projeto turístico de transformá-la na maior cidade-balneário do país, estimulada pelos esforços de Carl Fisher com ambos os projetos, o da construção da rodovia interestadual *Dixie Highway* e o da fundação da cidade¹⁰³. A *Collins*

¹⁰² A palavra motel é uma contração das palavras motor e hotel, usada pela primeira vez pelo arquiteto Arthur Heineman para o seu Milestone Mo-tel em San Luis Obispo, Califórnia, em 1926 (JACKLE, J.; SCULLE, K.; ROGERS, J., 1996, não paginado).

¹⁰³ Cf. Capítulo 4 deste trabalho.

Avenue (rota A1A) em Miami Beach e a *Biscayne Boulevard* em Miami, exemplos de rodovias intermunicipais que ainda servem como avenidas principais locais, são históricas por apresentarem motéis e hotéis alinhados por toda a sua extensão. Os motéis, típicas estruturas de hospedagem ao longo das rodovias, bem como os hotéis, mais urbanos e luxuosos, implementaram mudanças no seu planejamento para acomodar o automóvel.

Nos anos 1950, Miami estava estabelecida como uma cidade-balneário dos norte-americanos das regiões do norte do país, resultado do movimento impulsionado pela infraestrutura rodoviária que uniu a costa leste do país, de norte a sul. Também estava instituída a cultura da migração de inverno, de norte-americanos do norte do país a Miami. A máquina publicitária da cultura de consumo havia historicamente convencido as propagandas dos hotéis de Miami Beach, por exemplo, no *New York Times*. A orquestração de promoção de prazeres e luxo em um paraíso tropical iniciava com os anúncios de jornal, geralmente em dezembro, no início do inverno norte-americano. Para incitar os cidadãos das regiões do norte do país, o empreendedor Ben Novack tinha a postos um escritório em Nova York e contato direto, via telefone, em Chicago. O anúncio, de 4 dezembro de 1955, do hotel *Fontainebleau*, “francês” e à beira-mar, promovia luxo: “...quatorze acres de luxo à beira-mar... trezentos metros de praia privada e piscina olímpica...chalés...espaçoso jardim formal...*La Ronda Supper Club*...ancoradouro para iates...” (NEW YORK TIMES...,1955. p. X34).

Os hotéis *Fontainebleau* e *Eden Roc* foram estrategicamente inaugurados em dezembro. O mesmo anúncio no *New York Times* do dia 4 de dezembro de 1955 anunciava a abertura do hotel *Eden Roc*, em letras maiúsculas: “Em 20 de dezembro o *Eden Roc* abre suas portas para o mundo!!!”:

O Arquiteto e Interior Designer, Morris Lapidus está pessoalmente supervisionando a ambientação final do mobiliário e das obras de arte que ele coletou de todas as partes da Europa e América para criar um espírito de elegância do mundo velho e do charme da luxuosa Flórida que é o espírito do EDEN ROC. Agora que o edifício e seus interiores estão praticamente prontos para receber seus hóspedes, Harry Mufson e Associados [...], que estão entusiasmados e felizes com o magnífico esforços empregados, parabenizam o Sr. Morris Lapidus, o *Designer*, e o Sr. M. Manson da *Taylor Construction Company*, que tornaram possível, antes do prazo, o término do EDEN ROC. Vai além do alto objetivo de originalidade estabelecido para criar um dos mais extraordinários hotéis do mundo (maiúsculas do autor, grifo e itálico nossos, tradução nossa).

Figuras 154 e 155 — Anúncios dos hotéis *Eden Roc* e *Fontainebleau* no *New York Times*, 1955.

**ON DECEMBER 20th
EDEN ROC OPENS
IT'S DOORS
TO THE WORLD!!!**

Architect and Interior Designer, Morris Lapidus is personally supervising the final setting of furniture and works of art which he has assembled from all parts of Europe and America to create the spirit of old-world elegance and the charm of Florida luxury that is the spirit of EDEN ROC. Guests will find the smallest details of comfort and convenience ready for their vacation pleasure.

Now that the building and its interiors are practically ready to receive guests, Harry Mufson and Associates (A. M. Parker, Harry Odzer, etc.) who are thrilled and pleased with the magnificent efforts put forth, congratulate Mr. Morris Lapidus, the Designer, and Mr. M. Mason of Taylor Construction Company, who have made the before schedule completion of EDEN ROC possible.

It goes beyond the high goal originally set to create one of the most outstanding hotels in the world!

Eden Roc
hotel, cabana and yacht club
OCEANFRONT AT 47th STREET
MIAMI BEACH

Opening in the Café Pompi
HARRY BELAFONT
America's Foremost Balladeer

Beautiful full color brochure sent on request

HARRY MUFSON, president
GEORGE E. FOX, managing director

In Chicago phone: Whitehall 4-7568

the
Fontainebleau
OCEANFRONT, 44th TO 48th STREETS • MIAMI BEACH, FLORIDA

...14 acres of oceanfront luxury...1000 foot
private beach and Olympic swimming pool...cabana
club...spacious formal gardens...
La Ronde Supper Club...Yacht basin...

Write for rates and color brochure

BEN NOVACK
President

DUKE STEWART
Manager

NEW YORK OFFICE
730 - 5th AVE./UE
TEL. Circle 5-7800

Fonte: New York Times (1923-Current file), ProQuest Historical Newspapers, Dec. 4, 1955, p. X34.

Esse anúncio do *New York Times* buscava seduzir e antecipar o cenário criado por Lapidus para receber os hóspedes dos hotéis. O anúncio destacava o "objetivo de originalidade estabelecido" na direção do projeto do hotel que prometia um palco que conduziria seus hóspedes pelo "espírito de elegância do mundo velho" e pelo "charme da luxúria da Flórida". Se os interiores do edifício moderno de concreto armado do *Fontainebleau* eram "*French Provincial*", os do *Eden Roc* eram "*Italian Renaissance*" e os do *Americana-Bal Harbour* era uma viagem às Américas. O nome *Eden Roc* foi emprestado dos jardins do

famoso *Grand Hotel du Cap*¹⁰⁴ (1889), idealizado por um proprietário italiano, na Riviera Francesa. Da mesma forma que no *Grand Hotel du Cap* o *glamour* do velho mundo se encontrava com o luxo moderno no coração da *Côte d'Azur*, no *Eden Roc*, de Lapidus, o *glamour* do velho mundo unia-se ao luxo moderno no coração de Miami Beach.

No fim da década de 1950, um escritor inglês, procurava um símbolo do elemento de extravagância da imaginação norte-americana. Viajando ao longo da U.S. 1, descendo a costa atlântica, ele observou que, a cada hora, os motéis e hotéis cresciam em tamanho até culminaram "na estupefata Babilônia de Miami Beach" (JUMBO..., 1959, p. xiii). Ali, ele encontrou extravagância em abundância, tanto em número como em luxo, e nomes de hotéis que eram produtos da opulenta imaginação norte-americana. Uma das experiências deslumbrantes da metade do século XX na América era dirigir ao longo da *Collins Avenue* à noite e ver o esplendor radiante dos novos hotéis e se deleitar com as associações que seus nomes estampados nos brilhantes letreiros evocavam (LINNEMAN; FETHER, 1964, p. 1).

No início da década de 1960, Miami Beach tinha a maior concentração de hotéis do mundo¹⁰⁵. Portanto, a seleção de nome de impacto para os hotéis não era tarefa fácil. Tinha que ser diferente, familiar para ser lembrado e associado a prazer e luxo. Genericamente, segundo o estudo de Linneman e Fether (1964), a maneira de batizar os hotéis norte-americanos pode ser classificada por: referência aos nomes de seus proprietários; imitação de outros hotéis e suas formas de adulação como *Plaza* e *Ritz*, comuns das cadeias de hotéis; referência à história dos Estados Unidos e Inglaterra; e derivação do meio-ambiente da localidade do hotel. Embora essa classificação também se aplique à vasta lista de hotéis da Miami Beach, a cidade teve o seu método próprio de nomenclatura. Sobre Miami Beach, Morris Lapidus anunciou, por ocasião da inauguração do hotel *Fontainebleau*: "Não há uma cidade no mundo como ela" (STAGE..., 1954, p. 17).

Extravagância e abundância também estavam refletidas nos letreiros que ostentavam os nomes dos hotéis da cidade-balneário. O segundo pós-guerra incitou nomes românticos de hotéis, associados a localidades mais remotas. Os hotéis glamorosos de Lapidus,

¹⁰⁴ Atualmente *Hotel du Cap-Eden-Roc*.

¹⁰⁵ A lista telefônica da Grande Miami, de 1961, listava 460 hotéis na praia, excluindo motéis, que eram listados separadamente. (LINNEMAN; FETHER, 1964, p. 1).

que permaneceram como a imagem pública de Miami Beach, tinham nomes associados a esse sentimento. Esse movimento começou com o seu primeiro trabalho, como arquiteto associado para o hotel *Sans-Souci*, cujo nome foi inspirado no *Sanssouci*, palácio de verão de *Frederick*, o Grande, rei da Prússia, localizado em Potsdam, perto de Berlim. A cada ano, um novo hotel de Lapidus era batizado em reverência a fontes distantes, desde o *Algiers* e *DiLido*, ainda atuando como *hotel-doctor*, até o *Fontainebleau*, *Eden Roc* e *Americana-Bal Harbour*, este último na sua ortografia latina. O empresário Ben Novack, entusiasmado com o seu “palácio” *Sans Souci*, em Miami Beach levou a extravagância ao extremo com o seu hotel *Fontainebleau*. Em uma viagem à França, o casal Novack havia ficado impressionado com o *Château de Fontainebleau*, localizado próximo a Paris (LAPIDUS, 1996, p. 163-164). O sentimento de nobreza e luxo do castelo foi implementado nos mínimos detalhes do projeto do hotel. A letra tipo *serif*, o grafismo do logotipo, as cores azul e dourado e o brasão do hotel (projetado por Lapidus) foram incorporados em todo o material de propaganda do hotel, dos cartões-postais ao pratos dos restaurantes (também idealizados por Lapidus). O hotel, por meio da sua marca *The Fontainebleu*, de grande apelo simbólico, reforçava o consumo de lazer e diversão pela união da tradição, expressa pelo luxo clássico provindo de referências históricas de terras distantes, à identidade de modernidade em um cenário tropical no Sul da Flórida.

Figuras 156 e 157 — Cartão-postal e prato do restaurante do hotel *Fontainebleau*, 1954.

Fonte: eBay.

O simbolismo da marca *The Fontainebleu* determinava a direção do projeto do hotel, incluindo os nomes das áreas do seu program. Nenhum outro projeto de hotel carregou a associação ao seu nome mais do que o *Fontainebleau*, que Novack denominou “o hotel mais pretensioso do mundo” (KOBLE, 1957, p. 116). O *Fontainebleau* tinha o *Fleur de Lis Dining Room*, a *Poodle Lounge*, a *La Ronde Nightclub* e o *Chez Bon Bon Coffee Shop*. As suites eram mobiliadas na tradição de Louis XIV e os lavatórios marcavam *dames* e *messieurs*. O *Eden Roc*, cujos acabamentos, objetos e mobiliário sugeriam a *Riviera*, tinha o *The Cafe Pompeii*, o *Harry's American Bar*, o *Mona Lisa Dining Room*, o *The Crystal Lobby* e o *Marco Polo Lounge*. O *Americana-Bal Harbour* tinha o *State Dining Room*, o *Mal Masque night-club*, restaurante canadense *Maple Leaf Room* e o restaurante argentino-brasileiro *Gaucha Room*. Havia uma preocupação especial nos projetos de interiores em transportar o turista para um lugar distante. O turista era atraído pela tropicalidade de Miami Beach, conduzido pela modernidade expressa na arquitetura moderna do edifício e nos seus interiores ornamentados associados à tradição de culturas distantes.

A mudança que direcionou o nome dos hotéis de Miami Beach refletia o novo internacionalismo dos Estados Unidos e a sua posição na liderança mundial, uma atitude provocada pela Segunda Guerra Mundial (LINNEMAN; FETHER, 1964, p. 5). Esse desejo de associar referências estrangeiras ao escape do lazer ajuda a explicar o sentimento de identidade do norte-americano do segundo pós-guerra. Para os seus projetos de interiores de hotéis, Lapidus buscou no estrangeiro a fonte de inspiração para criar um cenário que transportasse o hóspede do hotel a um mundo de luxo e deleite. Ele recriou, ainda mais efetivamente, os esplendores do *American Dream* com a alusão à fabricação encantadora de terras exóticas à maneira dos filmes de *Hollywood*. Lapidus explicou a sua fonte de inspiração para os seus projetos de hotéis modernos em Miami Beach:

Mas que direção eu estava buscando? Qual era o tema central? Gostos de quem eu estava tentando satisfazer? Quais eram os gostos da vasta maioria dos afluentes americanos? Os americanos estavam aceitando...Gropius e Breuer e Mies van der Rohe? A resposta era um enfático “não”! Então onde eu estaria buscando um certo estilo que satisfizesse os convidados e que representasse para eles os seus sonhos de opulência tropical e luxo brilhante? Eu finalmente percebi que o gosto americano estava sendo influenciado pela maior mídia de massa do entretenimento daquele momento, o cinema (DÜTTMANN; SCHNEIDER, 1992, p. 113-114, tradução nossa).

Desde o período das lojas Lapidus havia entendido que o poder cultural estava centrado no mundo comercial e na mídia, não em um projeto movido ideologicamente. Ele foi uma figura original no mundo cultural norte-americano, cuja contribuição para a arquitetura se revelou na forma da vida contemporânea dos seus usuários. Com o seu trabalho formativo no mundo comercial, ele não somente entendeu a forma de vida e do gosto das pessoas, mas ele o abraçou como a base dos seus projetos, na contra-mão da cultura prevalente da profissão da arquitetura, dos críticos e da academia que usavam os seus projetos como uma crítica moral aos padrões da vida contemporânea (THOMAS; SNYDER, 2005, p. 209).

Quando Michael Lewis (2006d), autor do livro *American art and architecture*¹⁰⁶, listou os cinco "*Influential Architects*"¹⁰⁷ da cultura norte-americana, incluindo Morris Lapidus, o historiador observou:

¹⁰⁶ Autor do livro **American art and architecture**. London: Thames & Hudson, 2006. (World of art). Na ocasião de publicação desse artigo, professor do *Williams College*, Estados Unidos.

¹⁰⁷ Cf. LEWIS, Michael J. Influential Architects. **The Atlantic Monthly**, v. 298, n. 5, p. 63, Dec. 2006d. (tradução nossa). As outras quatro personalidades norte-americanas listados, juntamente com seus méritos à cultura norte-americana, são:

Andrew Jackson Downing (1815-1852) — "Criador do subúrbio americano — não apenas das suas formas, mas da sua filosofia. [...] Seus livros de padrões ilustrados, especialmente a *Arquitetura das Casas de Campo* (1850), criaram a imagem moderna do subúrbio norte-americano: casas individualizadas, assentadas em ruas sinuosas, paisa-namente integradas à natureza."

Daniel H. Burnham (1846-1912) — " 'Não faça pequenos planos', pediu Burnham, que atendeu o seu próprio conselho em seu planejamento para Chicago e o *National Mall* em Washington, D.C. [...] Ele trouxe para a arquitetura, para bem ou para mal, os valores do magnata empresarial americano; de visão ousadia, feroz energia executiva e uma coceira para fazer as coisas na maior escala possível."

Frank Lloyd Wright (1867-1959) — "Antes de Wright, um edifício americano era plausível: uma forma arrancada da história da Europa, adaptada ao clima americano, materiais e estrutura social, e proclamando o bom gosto. Wright removeu o traje histórico para permitir que os próprios fatores naturais criassem o projeto, diretamente e francamente. O resultado foi o *Prairie Style*, suas casas caracteristicamente horizontais com seus planos e espaço abertos."

Howard Roark (1943-) — "Pode parecer estranho listar um personagem fictício, mas o herói do livro *The Fountainhead*, do autor Ayn Rand, influenciou profundamente a arquitetura norte-americana, mudando a imagem pública do arquiteto. [...] Dela nasceu a cultura arquitetônica degradada de hoje, uma terra de celebridades, cada um cultivando o seu próprio estilo distintivo de assinatura." Howard Roark é um jovem arquiteto individualista que projeta edifícios modernistas e se recusa a se comprometer com um *establishment* arquitetônico que não quer aceitar a inovação. Roark encarna o que Rand acreditava ser o homem ideal, e sua luta reflete a crença de Rand de que o individualismo é superior ao coletivismo.

Para entender os hábitos de consumo americanos, não se olha para as vendas de Beaujolais, mas para as de Coca-Cola. Da mesma forma, ao procurar entender a arquitetura americana, não se olha para os arquitetos de *boutique* como Frank Gehry ou Robert Venturi, mas para os autores do nosso vernáculo-moderno [...]. Aqui, o arquiteto mais influente foi, de longe, Lapidus, o instigador dos excelentes hotéis kitsch do Sul da Flórida, cujos saguões de azulejos turquesa e linhas tortas e vertiginosos criaram a paisagem visual do mundo do pós-guerra, encontrando sagacidade, humor e até mesmo uma espécie de dignidade no mau gosto¹⁰⁸.

5.1.2 A fachada do hotel: *billboard*

Como na Depressão, no segundo pós-guerra a rua teve um papel fundamental na cultura de consumo. Nos anos 1930, o trabalho de Lapidus foi cuidadosamente voltado para o pedestre que caminhava na *Main Street* norte-americana. As fachadas das lojas foram projetadas esmeradamente para atrair o pedestre para a frente e o interior da loja e consumir¹⁰⁹. Lapidus sempre soube seduzir o pedestre, tornando-o um consumidor. Nos anos 1950, as estratégias de projeto de Lapidus foram implementadas em projetos maiores de hotéis, a partir do olhar do cliente motorizado.

Figuras 158 e 159 — Hotel *Americana-Bal Harbour*, 1956. Figura 158 — Entrada principal do hotel na avenida *Collins*: a torre do hotel com os quartos, o *lobby* cilíndrico e a cobertura da entrada principal. Figura 159 — A modernidade era traduzida pela arquitetura moderna em concreto armado e o automóvel.

Fonte: Fotografia Ezra Stoller; Ezra Stoller Archive (Esto).

¹⁰⁸ Mais uma vez, quando um crítico (como os historiadores Vincent Scully e John Cook) aponta qualidades na obra de Lapidus, ele termina o seu texto com uma expressão negativa ou pejorativa — uma postura de aprovação parcial que busca desvincular a sua visão de historiador da sua identidade pessoal. Não “pega bem” para um crítico elitizado apontar qualidades unânimes na obra de Lapidus.

¹⁰⁹ Cf. Capítulo 3 deste trabalho.

Os desconectados hotéis-balneários à beira-mar, localizados nos grandes lotes do istmo do “*Millionaire's Row*”, se compõem na malha urbana de Miami Beach distintivamente dos tradicionais hotéis de períodos precedentes da cidade em ruas e fachadas contínuas, similar à implantação sucessiva e ininterrupta das lojas da *Main Street* das cidades norte-americanas. Associado ao processo de urbanização de Miami Beach¹¹⁰, até a metade do século XX, genericamente, o sistema dominante da vida urbana já não era o denso conjunto de edifícios de uso misto, mas uma paisagem suburbana de áreas separadas por atividades e de baixa densidade (THOMAS; SNYDER, 2005, p. 207-208). Esse modelo urbano do subúrbio foi possível pela popularização do automóvel e o seu setor de recreação foi expresso na tipologia do edifício do *hotel-resort* autossuficiente, que oferecia uma gama de atividades recreativas, tanto nas áreas internas como nas áreas externas do hotel. Lapidus, pela criação e implementação do projeto do hotel-balneário, estava intensificando e transformando a experiência desse modelo predominante de vida contemporânea: o subúrbio. Ele condensou o sistema suburbano dentro do *hotel-resort* e nesse processo transformou Miami Beach em uma cidade-balneário contemporânea (THOMAS; SNYDER, 2005, p. 208), onde as pessoas se deleitavam em fazer parte desse novo estetizado estilo de vida.

Figura 160 — “Hotel *Fontainebleau*, O Aristocrata dos Hotéis da Flórida — O maior e o mais novo hotel em Miami Beach”. Cartão-postal, 1954. Evidenciando o aspecto “aristocrático” do hotel, em um terreno avantajado do istmo “*Millionaire's Row*”, com vistas privilegiadas para o mar, com amplas áreas de lazer, piscinas e chalés, e para o rio, *Indian Creek*.

Figuras 161 e 162 — Perspectivas do Hotel *Eden Roc*. Localizado no terreno, avantajado do istmo “*Millionaire's Row*”, imediatamente ao norte do Hotel *Fontainebleau*, com vistas privilegiadas do mar e do rio, *Indian Creek*. As perspectivas ilustram a localização estratégica do hotel, com amplas áreas recreativas no rio, nas áreas externas e à beira-mar.

¹¹⁰ Cf. Capítulo 4 deste trabalho.

Fonte: Figura 160—eBay.

Fonte: Figura 161 — "Morris Lapidus Papers", Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY. Figura 162—eBay.

Os elementos, cuidadosamente elaborados, das fachadas principais dos hotéis modernos de Lapidus davam as boas-vindas aos clientes motorizados. Os grandiosos letreiros, com forte iluminação e adornos temáticos, tornaram-se elementos arquitetônicos característicos das fachadas principais desses edifícios, uma herança de recurso de projeto de modernização da loja do período entre guerras. Os letreiros, que ostentavam os nomes dos seus hotéis, foram trabalhados como elementos arquitetônicos decorativos, transformando a superfície da fachada do hotel em um grande *outdoor*.

Figuras 163 e 164 — Hotel *Eden Roc*, fachada e letreiro.

Fonte: Figura 163 — Fotógrafo: Ezra Stoller; Ezra Stoller Archive (Esto). Figura 164 — Pinterest.

A composição de atributos arquitetônicos variados competia pela atenção dos olhares dos clientes. A rua, estreita e reta, tornava-se monumental e curvilínea quando adentrava o lote do hotel. O ponto hierárquico da curvatura da rua foi desenhado para acomodar o movimento do automóvel. Esse gesto arquitetônico que evocava uma “*promenade architectural*” culminava no seu ponto hierárquico: a parada do automóvel, em frente à entrada principal do hotel, sob uma elaborada cobertura escultural em concreto armado que protegia os passageiros das intempéries climáticas subtropicais, ao mesmo tempo que os guiava para o saguão principal do hotel. Esses recursos não eram puramente elementos arquitetônicos de um edifício, mas serviam como mecanismos planejados para seduzir e emocionar os clientes. As encenadas fotos coloridas, de lançamento do hotel *Eden Roc*, antecipavam a orquestração teatral do projeto, que, por sua vez, estrategicamente publicitava os padrões de luxo para a afluyente classe média.

A fonte que marcava a entrada do *Eden Roc* foi adornada com réplicas de estátuas greco-romanas. As colunas da laje de cobertura da entrada eram neorrenascentistas. A laje da cobertura em concreto foi adornada lateralmente com lona, com padrão listrado em vermelho e branco. As paredes cegas da fachada, simetricamente laterais à entrada curva do hotel, eram em pastilhas de vidro, importadas da Itália, em verde degrade, verde-escuro na base e verde-claro na parte superior. Por ocasião da sua viagem à Europa para adquirir materiais e acessórios para o hotel, na sua parada em Milão, Lapidus visitou o proprietário da empresa que manufaturou os dois painéis de pastilhas de vidro, de pouco mais de três metros e meio de largura cada¹¹¹. Estas paredes cegas da fachada principal do hotel incluíam uma grelha rendada em concreto. A escada externa branca que dava acesso ao maior salão de bailes do hotel contrastava com a parede cega verde. A balaustrada exagerada tinha detalhes neorrenascentistas como os postes de iluminação em mármore que marcavam a entrada, cujas luminárias foram também projetadas por Lapidus¹¹².

Figuras 165 e 166 — Fotos encenadas das entradas do *Hotel Eden Roc*, 1955, Miami Beach.

Fonte: Fotógrafo Ezra Stoller; Ezra Stoller Archive (Esto).

¹¹¹ Através do proprietário da empresa das pastilhas, Lapidus, um curioso nato, conseguiu uma visita ao escritório do arquiteto Gio Ponti, em Milão, que na ocasião concluiu o seu projeto para o edifício Pirelli. Nesse encontro, ambos mencionaram seus desgostos com o *International Style* (LAPIDUS, 1996, p. 190).

¹¹² Notas de Lapidus às fotos do hotel. Cf. Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

5.1.3 Arquitetura: modernidade tropical

Na época, o empreendimento para o hotel *Fontainebleau* almejou o maior, o mais glamoroso e o mais caro hotel de Miami Beach. O bloco curvado de 168 metros do edifício do hotel abrigava 565 quartos. Lapidus foi responsável pelo projeto todo — arquitetura, interiores e paisagismo —, “começando com curvas fluidas”¹¹³ para a solução arquitetônica. Lapidus estava determinado a não projetar a forma do edifício como uma “caixa”:

Para tanto, o projeto determinaria a aplicação de um novo estilo. O mundo estava cansado da arquitetura eclética; tinha abandonado o estilo *Art Deco*; estava no presente período do *International Design* [sic], das caixas de vidro, que eu detestava. Eu desejava que arquitetos estivessem livres para projetar edifícios que expressariam o que ocorria no seu interior. O que eventualmente existisse dentro do meu último hotel deveria expressar um período de férias despreocupado, um sentimento de deleite, “*away from home*”, distante da rotina, para poder desfrutar de uma grande experiência (grifo nosso, itálico nosso, tradução nossa).¹¹⁴

Figura 167 — Hotel *Fontainebleau*, croquis #10, solução final, de Morris Lapidus.

Fonte: “Morris Lapidus Papers”, Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY, Estados Unidos.

¹¹³ Notas de Lapidus às fotos do hotel. Cf. Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

¹¹⁴ Notas de Lapidus às fotos do hotel. Cf. Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

Assim como eu havia me distanciado das linhas retas e formas rectilíneas nas minhas lojas e nos interiores dos meus primeiros hotéis, eu resolvi que eu começaria com um estudo do edifício que tivesse o mesmo efeito. Eu preparei vinte e seis pequenos esboços em várias formas de edifícios, sem usar uma única vez o retângulo onipresente. O terreno era uma grande propriedade à beira-mar sem o padrão retangular de um terreno urbano. [...] Era um prédio curvo que eu desejava e que eu esperava que eu pudesse vender para o meu cliente (LAPIDUS, 1996, p.158, tradução nossa).

O resultado foi uma estrutura impressionante, de amplos elementos horizontais e arrojados blocos de serviços verticais, colocados na curva tensa do edifício. No lado da entrada, a parede curvada foi interrompida no meio pelo bloco vertical, de circulação por escadas elevadores. Do lado do mar, planos horizontais foram puxados para fora para alcançar a luz do sol. As varandas dos quartos formavam um *staccato* na fachada, com vista para o mar. A tensão da curva do lado do mar foi mantida até o fim das paredes em balanço, definindo a plasticidade do conjunto. Era uma estrutura estimulante, um bloco principal com contínua tensão e variedade. A sua força escultural abria-se para o sol e o mar de Miami Beach.

Figura 168 — "Hotel *Fontainebleau*, O Aristocrata dos Hotéis da Flórida — O maior e o mais novo hotel em Miami Beach". Cartão-postal, 1954.

Fonte: eBay.

O hotel *Fontainebleau* foi o primeiro edifício de Lapidus após uma carreira de cerca de quinze de anos como *interior designer*. Seu trabalho anterior havia provado que ele não era um purista. Ao contrário, seus recursos de projetos eram emprestados de fontes diversas, visando dar uma solução específica à demanda de cada projeto.

Em 1949, Lapidus viajou com sua esposa, irmão e cunhada em um cruzeiro, de Nova York para a América do Sul, a bordo do navio *S.S. Brazil* da empresa Moore McCormick. Nessa viagem de família, Lapidus visitou parentes em Buenos Aires e no Rio de Janeiro. No Rio ele fez questão de se encontrar com Oscar Niemeyer, segundo ele "o arquiteto brasileiro que havia ficado muito conhecido na América pela sua arquitetura única". (LAPIDUS, 1996, p.148-149)

Figuras 169 a 171 — Morris Lapidus viajou, de Nova York para o Rio de Janeiro, a bordo do navio *S.S. Brazil* da *Moore McCormick Lines*. Figura 169 — Páginas 10 e 11 do passaporte do casal Lapidus com carimbo de chegada ao Rio de Janeiro em 19 de novembro de 1949, ao lado do carimbo do visto de turista. Figura 170 — Capa do documento "Lista de Passageiros" *SS Uruguay*, viajando do Rio de Janeiro à Nova York, quarta-feira, dia 30 de novembro.

Fonte: "Morris Lapidus Papers", Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY, Estados Unidos.

Figura 171 – Morris Lapidus viajou, de Nova York para o Rio de Janeiro, a bordo do navio S.S. *Brazil* da *Moore McCormick Lines*. Cardápio do jantar a bordo do SS *Brazil*.

THIS DINNER IS TENDERED TO THE MEN OF THE ARMED FORCES OF NORTH AND SOUTH AMERICA. ABOARD THE S. S. "BRAZIL"			COMIDA EN HONOR DE LAS FUERZAS ARMADAS DE LAS NACIONES AMERICANAS A BORDO DEL VAPOR "BRAZIL"			O JANTAR É REMENDADO AS FORÇAS ARMADAS DAS NAÇÕES AMERICANAS QUE ESTÃO A BORDO DO S. S. "BRAZIL"		
ON BOARD THE			S. S. BRAZIL					
APPETIZERS APERITIVOS APERITIVOS Pickled Herring Pescado "Bollmops" en Escabeche Troutfinch de Peixe em Conserva Sardinian Tunafish Salad Ensalada de Atun Salada de Anan Eggs, Continental Huevo a la Continental Ovos a Continental Cream d'Orege Crema d'Orege Creme d'Orege FISH PESCADO PEIXES Broiled Striped Bass, Lemon Butter Lobina, Mantecilla con Limón Lobina, Mantecilla con Limón TODAY'S SPECIAL ESPECIAL ESPECIAL Grilled Lamb Chops, Sauce Bordelaise Chuletas de Lomo de Cordero, Salsa Bordelaise Chuletas de Lomo de Cordero, Molho Bordelaise ENTREES ENTRADAS ENTRADAS Potorsky de Tachino, Pisel al Burro Potorsky de Tachino, Pisel al Burro Potorsky de Tachino, Pisel al Burro Palm Hearts, Sauce Vinaigrette Palmito con Salsa Vinaigrette Palmito, Molho Vinaigrette PASTE PASTA MASSAS Jambalaya Brasileira Jambalaya Brasileira "Jambalaya" Brasileira ROAST ASADOS ASSADOS Milk-Fed Chicken, Sage Dressing Pello Capón, Relleno de Oregano, Salsa de Salsiza Franco Capón, Molho Recheio, Recheado Leg of Veal, Demi Glace Perna de Ternero, Demi Glace Perna de Vitela, Demi Glace REFRESHMENT REFresco REFresco Fruit Sherbet, Sugar Walrus Sorbete de Fruta, Galletitas Azucaradas Sorbete de Fruta, Biscoitos Azucarados VEGETABLES VEGETALES LEGUMES Cauliflower, Potatoes Coliflor a la Polonesa Courve-flor a Polonesa POTATOES PATATAS BATATAS Point Neuf Point Neuf Point Neuf Mashd Puré Boiled New Cocidas de Primavera Cocidas de Primavera			Dinner Cena Jantar Chef's Suggestions Chilled Grapefruit Cream d'Orege Broiled Striped Bass, Lemon Butter Milk-Fed Chicken, Sage Dressing Cauliflower, Potatoes Point Neuf Potatoes Mixed Green Salad Pudding Glace, Nesselrode Roquefort Cheese - Pumpernickel Demi Tasse			COLD BUFFET FIAMBRES FIROS Boiled Sugar-Cured Ham, Potato Salad Jamón Cocido, Dulce, Ensalada de Patatas Presunto Cocido, Dulce, Salada de Batatas Salsin of Beef, Major Grey Chutney Solomillo de Res, Major Grey Chutney Lombrinho de Vaca, Major Grey Chutney Breast of Duckling, Elbow Croupes Pechuga de Patito, Naranjas Reloncadas Peito de Patinho, Laranjas Picadas Assorted Cold Cuts, Garnie Burtido de Fiambrera, Garnie Sortido de Frio, Garnie SALADS SALADAS SALADAS Mixed Green Mista Mista DRESSINGS SALSAS MOLHOS French Francesa Francesa St. Valentine St. Valentine St. Valentine Cream Crema Crema DESSERTS POSTRES DOCEMESES Pudding Glace, Nesselrode Pudin Glace, Nesselrode Pudin Nesselrode Glace French Apple Cakes Biscoitos de Mananara Bolo de Maiz Dulce de Leche Dulce de Leche Doce de Leite Compote of Green Apples Compota de Cereais Claros Compota de Ameixas Brancas CHEESE QUESOS QUEJOS Roquefort Roquefort Roquefort Swiss Suizo Suizo De la Trappe De la Trappe De la Trappe FRESH FRUIT FRUTAS FRUTAS California Oranges Naranjas, California Laranjas, California Napa Grapes Uvas, Napa Uvas, Napa Momamos, Oregon Maiz, Oregon Prandises Prandises Prandises BEVERAGES BEBIDAS BEBIDAS Iced Tea Café Noir Café Noir Café Noir Demi Tasse Mista Mista Mista Yerba Mate Café Helado Café Helado Café Helado Iced Coffee Café Helado Café Helado Café Helado Brazilian or North American Style Coffee Café Brasileiro ou Estilo Norte-Americano After Dinner Coffee will be served in the Lounge and Smoking Room. Después de la cena, se servirá café en la Sala de Recreo y el Salón de Fumar. Depois do jantar, servirá café no Salão de Recreio e no Salão de Fumar.		
			TUESDAY, NOVEMBER 1st 1949					

Fonte: "Morris Lapidus Papers", Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY, Estados Unidos.

A documentação dessa viagem à América do Sul culminou com a sua exposição de fotografias de obras de arquitetura em 1951, na *Architectural League of New York*¹¹⁵.

Quando Lapidus visitou Niemeyer no Rio de Janeiro, ele disse ao arquiteto brasileiro que admirava muito o seu trabalho, especialmente os projetos para os edifícios de Pampulha. Essa visita indica um interesse especial de Lapidus pela obra do arquiteto brasileiro. Lapidus encontrou na obra formativa de Niemeyer uma arquitetura inovadora que expressasse a modernidade e a tropicalidade da tipologia do hotel-balneário de Miami

¹¹⁵ Por ocasião da visita e pesquisa da autora junto ao *Archives of American Art: Smithsonian Institution* em Washington, D.C. foram encontrados muitos documentos sobre a exposição "Architect With a Camera Visits South America" e almoço concomitante, em que muitos diplomatas brasileiros, argentinos e uruguaios foram convidados. No entanto, infelizmente, as fotos dessa exposição não foram encontradas pela autora. Cf. ARCHITECTURAL LEAGUE OF NEW YORK RECORDS, 1880s-1974, bulk 1927-1968. *Archives of American Art: Smithsonian Institution*. Washington, D.C., Box 65, Folder 68, "Architect With a Camera Visits South America" Exhibition and Luncheon (Aug. 28 - Sept. 15, 1950) 1950.

Beach. Após a sua viagem ao Rio de Janeiro, Lapidus criou o seu primeiro hotel, o *Fontainebleau* (1952-54). O partido do seu primeiro edifício é remanescente do hotel Quitandinha de Niemeyer, de 1950, em Petrópolis. Pela circulação de ideias, na biblioteca particular de Lapidus havia um exemplar do livro *The Work of Oscar Niemeyer* de Stamo Papadaki de 1951. Muitos autores indicam as referências da arquitetura de Niemeyer na obra de Lapidus, sem se adentrarem em um estudo mais aprofundado. John Cook ([1970?], p.46-47, tradução nossa) é o historiador que apontou apropriações específicas de projeto:

Lapidus respeita o trabalho de Niemeyer altamente e ele o visitou no Brasil em 1949. O grande período dos hotéis de Lapidus nos anos 1950 e começo da década de 1960 está cheio de conceitos Niemeyeranos, vistos através de preferências Mendelsohianas. Quando Niemeyer veio à atenção de Lapidus é difícil de dizer, mas a planta térrea do restaurante da Casa do Baile em Pampulha, que Niemeyer projetou em 1943 deve ter atraído a atenção deste rebelde das *Beaux Arts* buscando se desviar da caixa Miesiana. O pavilhão circular abre para um terraço ondulado pela borda do lago. O telhado do restaurante avança sobre o terraço, sustentado por colunas redondas. O hotel que foi projetado em 1943 para Pampulha por Niemeyer, mas nunca construído, tem muitos elementos constantemente recorrentes nos hotéis tropicais de Lapidus. A planta pitoresca do hotel de Pampulha combina a varredura longa e baixa dos quartos com uma série de paredes curvas e caminhos. Terraços amplos e passagens preenchem a península triangular. As paredes e vidro curvados, os espaços que definem as colunas, a relação interior-exterior correspondem com as soluções de Lapidus dos anos seguintes. A obstinação de Lapidus em negar o espaço retangular com paredes onduladas é favoravelmente encorajada na sede para o Banco Boavista de Niemeyer no Rio de Janeiro, terminado em 1946.

Mas se existem similaridades próximas entre Lapidus e Niemeyer nesses pontos, a ideia é estendida com o Quitandinha, uma proposta de Niemeyer para Petrópolis, Brasil, um hotel projetado em 1950. Esta vasta laje que avança dentro de uma estrutura de concreto envolve uma paisagem de formas sinuosas. Na entrada côncava da fachada uma série de pavilhões ao nível térreo com uma série de planos livres do forro são carregados por colunas. Lapidus curvou o *Fontainebleau* de maneira similar, mas a sua preferência o manteve longe das superfícies limpas e lisas da fantasia Niemeyeriana.

O entusiasmo com a obra de Niemeyer foi traduzido por Lapidus em elementos de composição utilizados como mecanismos de transformar uma estrutura, outrora básica, em algo distinto, especialmente nas áreas abertas de entretenimento dos hotéis. Na arquitetura moderna de Miami, a flexibilidade e a plasticidade do concreto foram trabalhadas também como recursos de ornamentação. Os projetos de Lapidus refletem o interesse em “formas esculturais” almejadas pelo mimetismo da arquitetura expoente de Niemeyer.

Outros projetos de Lapidus, simultâneos e posteriores aos seus hotéis-balneários de Miami Beach, reforçam as referências da linguagem das formas curvas de Niemeyer como expressão plástica permitida pelo concreto armado¹¹⁶. Com extensa experiência com arquitetura de interiores, mas inexperiente com arquitetura e estrutura, Lapidus encontrou no projeto tropical moderno de Niemeyer a fonte de referência para o hotel *Fontainebleau* cujo sucesso instantâneo gerou um grande volume de trabalho ao arquiteto.

Em uma entrevista a John Cook e Heinrich Klotz, publicada no livro *Conversations with Architects* em 1973¹¹⁷, Lapidus revelou, em detalhes, a admiração por Niemeyer e a sua apropriação de elementos dessa arquitetura moderna brasileira. Nessa entrevista, Cook perguntou a Lapidus: "No que diz respeito aos seus hotéis, você não acha que tem em Oscar Niemeyer um colega para esse tipo de arquitetura?" Lapidus respondeu: "Eu não o mencionei? Ele teve uma grande influência. Eu fui ao Brasil em 1949 e, certamente, a pessoa que eu tive que visitar foi Oscar Niemeyer porque ele era um arquiteto que estava produzindo um tipo de arquitetura da maneira que eu acreditava que a arquitetura deveria ser". Klotz continuou: "Ele tinha as linhas onduladas, as paredes onduladas." (COOK; KLOTZ, 1975, p.174, tradução nossa) Lapidus completou:

Sim, tudo isso. Mas você se lembra que, em 1949, eu ainda era muito inseguro de mim mesmo, não pensava em mim como um arquiteto que pudesse fazer nada de valor, nada que valesse a pena, somente lojas e escritórios. Mas eu tinha observado Niemeyer e, na verdade, em 1949, ele ainda não estava completamente estabelecido. Ele havia projetado Pampulha. Eu passei mais da metade de um dia com ele em seu escritório, e depois passamos a noite em sua casa. Nós conversamos e conversamos muito, e tenho certeza que a sua influência deve estar lá [em seu trabalho] muito forte. No entanto, eu encontro a influência dele somente no arcabouço da arquitetura. Seus interiores eram bastante áridos. Ele não tinha nenhum sentimento pelos interiores. Estes não significavam nada para ele. Ele buscava uma arquitetura escultural como a de Le Corbusier, seu grande mestre (COOK; KLOTZ, p.174-175, grifo nosso, tradução nossa).

¹¹⁶ O restaurante Maisel de 1957 (demolido) em Miami Beach, por exemplo, é remanescente de projetos para a cidade de Diamantina-MG na década de 1950: a sede do Clube Social de Diamantina (1950) e o projeto, não realizado, da Estação do Aeroporto de Diamantina (1954). A referência está no sistema construtivo de abóbada em arco dos projetos para Diamantina, que almejava grandes vãos. Lapidus sempre buscou quebrar o onipresente retângulo pela introdução das curvas, muito utilizadas nas suas lojas e hotéis.

¹¹⁷ Uma cópia da entrevista, datilografada, anterior à publicação do livro, está disponível na coleção "Morris Lapidus Papers", Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY, Estados Unidos. Cf. COOK, J. W.; KLOTZ, H. *Interview: Morris Lapidus & Alan Lapidus*. 54f. [Miami Beach], [1969?]. Datilografado.

Klotz ressaltou:

O início da década de 1950 foi a época da mesa em forma de ameoba [*kidney table*]. De repente, todos queriam uma mesa em forma de ameoba, buscavam a linha móvel e fluida. Tornou-se uma moda em todo o mundo. Esse é o contexto em que os seus hotéis se encaixa. Mas você estava percebendo essas possibilidades em um momento em que poucos estavam cientes delas (COOK; KLOTZ, p.175, tradução nossa).

A disseminação da manifestação Surrealista Abstrata mencionada por Klotz, na verdade, já estava presente na obra de Lapidus desde meados da década de 1940. As formas livres (posteriormente, denominada *woogles*) de suas lojas eram uma reminiscência da difusão da influência europeia da arte por artistas como Arp e Miró desde o fim da década de 1920. Os elementos inspirados pela arte abstrata anti-cubista foram adaptados por Lapidus e utilizadas nos detalhes das "formas livres" das vitrines, luminárias, forros suspensos e sancas de iluminação dos seus interiores para os seus projetos de lojas e ampliados nos seus hotéis-balneários em Miami Beach. Desde então ele usou as formas livres e as curvas como símbolo de liberdade e modernidade do pós-guerra, ideal para o cenário tropical de Miami Beach.

A apreciação da vitalidade do trabalho dos surrealistas abstratos, sem dúvida, foi importante no sentido de perder a rigidez mecanicista da arquitetura moderna na década de 1930. A conexão é certamente não direta como a que existiu entre a pintura e a arquitetura no começo da década de 1920 (HITCHCOCK Jr., 1948, p. 40). No entanto, as curvas livres, não-mecanicistas, principalmente em planta, característica do trabalho de Alvar Aalto e da Escola Carioca brasileira — especificamente no trabalho de Affonso Eduardo Reidy e Oscar Niemeyer — estão certamente relacionadas à arte de Arp e Miró. Os jardins do artista brasileiro Roberto Burle Marx são uma direta tradução das suas pinturas abstratas nos seus projetos de paisagismo.

Figuras 172 a 174 — Residência Burton Tremain, Santa Bárbara, Califórnia, 1948. Arquitetura: Oscar Niemeyer. Paisagismo: Roberto Burle Marx. Figura 172 — Maquete e implantação. Figura 173 — Planta de paisagismo colorida, guache, Roberto Burle Marx. Figura 174 — Perspectiva.

Fonte: Figura 172 — HITCHCOCK Jr., 1948, p. 53. Figura 173 — *The Museum of Modern Art*, Nova York, N.Y. Figura 174 — Fundação Oscar Niemeyer, Rio de Janeiro, RJ, Brazil.

Os contornos das curvas de Arp não são matemáticos, mas tem uma continuidade fluida das formas biológicas. Os seus trabalhos mais característicos são em dois planos sólidos, diferenciados pela cor ou pela projeção da camada superior em relevo, como na sutileza das peças em relevo pelo contraste das direções do padrão dos veios da madeira. As ricas curvas líricas do seu trabalho mais maduro são ecoadas no trabalho dos arquitetos Alvar Aalto e Oscar Niemeyer. No trabalho nas curvas livres em planta desses arquitetos, a melódica contraposição aos ritmos regulares do esqueleto estrutural das construções foi um veículo poderoso de expressão arquitetural. Esta manifestação pode não ter sido uma direta influencia do trabalho de Arp. Mas, de maneira geral, a arte abstrata posterior à da década de 1920, como a de Arp, contribuiu para facilitar e alargar as possibilidades expressivas da arquitetura moderna. De alguma maneira, as atitudes com referências biológicas e psicológicas dos arquitetos naquele momento, como aponta Rathbun (1948, p. 102), em paralelo com a abordagem psicossomática na medicina, estava certamente mais perto de Arp do que de Mondrian.

Figuras 175 a 178—Conjunto arquitetônico da Pampulha, Belo Horizonte, MG, Oscar Niemeyer, 1942-1944—Figura 175—Casa do Baile, planta. Figura 176—Casa do Baile, croquis, perspectiva. Figura 177—Cassino, planta. Figura 178—Hotel da Pampulha, perspectiva, 1940.

Fonte: Figura 175—MINDLIN, 1956. Figura 176—Artstor. Figura 177—Arquivo. Figura 178—Fundação Oscar Niemeyer, Rio de Janeiro, RJ.

A gestualidade presente na arquitetura dos hotéis-balneários de Lapidus foi inspirada na maestria de Niemeyer em usar a plasticidade do concreto armado, um material que Lapidus impôs aos seus clientes que inicialmente optaram pela estrutura em aço¹¹⁸. A modernidade tropical dos hotéis de Miami Beach foi esculpida em concreto, o material do seu tempo. Os abundantes e expressivos elementos da arquitetura dos edifícios — arcos, curvas, planos sanfonados, parabolóides hiperbólicos — e os detalhes das fachadas foram, predominantemente, implementados nas suas composições arquitetônicas como elementos de comunicação visual, materialização do repertório e da excentricidade da cultura de consumo do pós-guerra. A tecnologia do concreto armado ofereceu as qualidades plásticas e funcionais. Os balanços das lajes de concreto foram implementados em projetos de coberturas das entradas principais dos hotéis, amplamente explorados plasticamente como mecanismo psicológico para atrair a atenção dos usuários. Os recursos plásticos do concreto armado foram utilizados nos terraços e lajes em balanço e escadas dos hotéis.

Figuras 179 a 182 — Figura 179 — Hotel *Fontainebleau*, fachada principal à *Collins Avenue*. Figura 180 — Hotel *Fontainebleau*, escada de acesso do edifício à área recreativa externa.

Fonte: Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C.

¹¹⁸ Discutidas também no Capítulo 2 deste trabalho.

Figura 181 — Hotel *Americana-Bal Harbour*, entrada principal do hotel à *Collins Avenue*: a torre do hotel com os quartos, o lobby cilíndrico e a cobertura da entrada principal. Figura 182 — Hotel *Americana-Bal Harbour* — detalhe da área recreativa.

Fonte: Fotografia: Ezra Stoller; Ezra Stoller Archive (Esto).

5.1.4 Interiores: *Hollywood*

Lapidus também encontrou na força expressiva dos arquitetos influenciados pelos Surrealismo Abstrato um caminho da arquitetura moderna que se distanciava da rigidez mecanicista-abstrata do *International Style*. Mais uma vez, os olhos atentos de John Cook ([1970?], p.47-48, tradução nossa) evidenciam:

O trabalho de Alvar Aalto, altamente complexo nele mesmo descreve as maiores tendências em Lapidus. A forma fluida do telhado do Sanatório de Paimio de Aalto (1929-1933) bem como a justaposição dos blocos verticais e horizontais do conjunto expressam as formas de Lapidus. O interior do pavilhão finlandês na Feira Mundial de 1939 é ainda mais forte. Mas, o edifício que deve ter dado o grito de coragem a Lapidus é o dormitório estudantil Baker House do MIT, projetado e construído entre 1947 e 1949.

A planta da Villa Mairea, de Alvar Aalto, ilustra a contraposição aos ritmos regulares do esqueleto estrutural com seu elaborado trabalho das curvas livres, um meticuloso processo que culminou em máxima expressão arquitetural. O processo de projeto da Villa Mairea, que originalmente era apenas uma casa funcionalista respeitável, transformou-

se em uma obra-prima, repleta de motivos e temas inovadores e originais. Os desenhos e esboços que conduzem ao projeto final demonstram esse processo em inúmeras maneiras. Caminhos ficaram mais espessos e mais ousados. Aparecem formas arredondadas onde não existiam em estudos anteriores. Quando algumas formas haviam sido utilizadas anteriormente, elas foram aumentadas e dotadas de perfis curvilíneos mais fortes. A evolução de motivos espaciais e decorativos traçados nos projetos principais de Aalto nos anos imediatamente precedentes foram resumidos no desenvolvimento do projeto da Villa Mairea. O processo minucioso de elaboração da planta dessa casa ilustra passo-a-passo uma progressão à chegada de Aalto a uma coleção de obras mais complexas de expressões arquitetônicas únicas. O conceito de implantação da Vila Mairea é em forma de L, a casa definida dentro de um jardim murado ou cercado. A casa está localizada nas linhas das paredes leste e sul. O pátio resultante no ângulo interior da forma em L define o gramado principal da casa, destinado a uma área de relaxamento e recreação, onde estavam localizadas a piscina, a sauna e as varandas da casa. (PEARSON, 1989, p. 170-172).

Figura 183 — Villa Mairea, 1938-1939, Alvar Aalto, implantação.

Fonte: Artstor.

Figuras 184 e 185 — Figura 184 — hotel *Fontainebleau*, planta térrea. Figura 185 — hotel *Americana-Bal Harbour*, implantação.

Fonte: Morris Lapidus Papers", Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY, Estados Unidos.

A implantação dos hotéis-balneários de Lapidus, em forma de L, pode ser explorada como um mimetismo remanescente do processo de Aalto em se distanciar de uma solução funcionalista para a solução de projeto para a Villa Mairea. A distribuição geométrica em L do programa da casa formou a sua área de recreação. Da mesma maneira, a distribuição geométrica em L do programa do hotel-balneário formou a área dos seus jardins e a sua área de recreação.

O exemplo do processo meticuloso de Aalto para a elaboração da planta da Villa Mairea ilustra a genialidade e a maestria desse arquiteto. Seu elaborado trabalho está na incorporação das curvas livres em contraposição aos ritmos regulares da grelha estrutural. A importância hierárquica das curvas, no entanto, não busca eliminar ou esconder a grelha. Ao contrário, a harmonia da composição está na gestualidade em saber articular geometricamente as curvas com as linhas retas. No entanto, o uso de curvas fluidas que fundamentou o método de trabalho de Lapidus para os seus projetos do setor da hospitalidade, das lojas aos hotéis, era distinto do processo de composição da planta da Villa Mairea. Lapidus buscou eliminar qualquer resquício de rigidez emanado pela grelha estrutural. Com a introdução de formas fluidas ele buscou apagar qualquer vestígio das linhas retas e das formas quadradas ou retangulares. Ele obsessivamente buscou destruir o retângulo em seus projetos de hospitalidade.

O resultado da busca de Lapidus em romper com a perpendicularidade das paredes e das colunas não era uma composição espacial (tridimensional) definida por formas ornamentais. Era um espaço definido por superfícies (bidimensionais) ornamentadas, o mesmo método usado para os interiores das lojas. Como para as lojas *Ansonia* de Nova York (1945) e Miami Beach (1947), a função estrutural das colunas desapareceu por completo. As esbeltas colunas quadradas foram arredondadas, alargadas e revestidas. Por sua vez, as colunas sem a função ornamental no projeto foram completamente escondidas pela adição de paredes. Era nítida a distinção entre os espaços públicos, curvos, e as áreas de serviço menos importantes, retangulares. A arquitetura moderna do exterior do edifício era apagada no seu interior. Como nas lojas, a modernidade dos hotéis dependia de um ato anti-moderno, de negação da “verdade dos materiais” pelo uso da ornamentação.

Figuras 186 e 187 — Figura 186 — *Ansonia Shoe Store*, Nova York, NY, 1945. Planta. Figura 187 — *Ansonia Shoe Store*, Miami Beach, FL, 1947. Planta.

Fonte: Figura 186 — FERNANDEZ, 1950, p. 133. Figura 187 — FERNANDEZ, 1950, p. 135.

Na ocasião do concurso de projeto da *Tribune Tower* em Chicago em 1922, cujo vencedor foi Raymond Hood com sua arquitetura neogótica, o projeto moderno de Eliel Saarinen, segundo colocado, chamou a atenção de Lapidus e dos seus colegas sob os ensinamentos *Beaux-Arts* no curso de arquitetura da *Columbia University*. Os jovens estudantes, inquietos com os distintos projetos, questionaram o professor Harvey Wiley Corbet: “Como podemos conciliar a arquitetura gótica com este fino exemplo de arranha-céu moderno [o projeto de Saarinen]?” A sua resposta foi que “a estrutura era contemporânea, mas a vestimenta não era importante”. “Se você vestir um chinês em roupas de um

caucasiano, ele continuará sendo chinês. Então o *Woolworth Building* (Nova York, 1913) é um edifício moderno: a vestimenta gótica não o muda.” Lapidus conclui: “Isto é o quão longe a filosofia de projeto do nosso tempo foi, e a isso é o que eu fui exposto” (COOK, J. W.; KLOTZ, H. p.149, tradução nossa). Os seus projetos, notadamente os interiores, das lojas e dos hotéis do pós-guerra, evidenciados principalmente pelas suas plantas, são estruturas contemporâneas (arquitetura moderna do pós-guerra) com vestimentas neo-clássicas (ou neobarrocas ou neorrenascentistas).

O processo obsessivo de apagar vestígios das linhas retas estabelecido pela gelha estrutural resultou em interiores completamente ornamentados. O saguão do *Fontainebleau* era um ornamento em si mesmo. Lapidus estava “adornando” os espaços, “vestindo”, criando um pano de fundo, influenciado pelo desejo de conduzir as pessoas a continuamente experienciarem os seus espaços. Ele buscava uma arquitetura para ser vista aos detalhes e vivida pela continua movimentação dos seus espaços. Lapidus, após ter lido o livro de Sigfried Giedion *Space, Time, and Architecture*, concluiu que o Barroco buscava o que ele buscava, destruir os planos retos e duros (COOK ; KLOTZ, 1975, p.151). Barroco talvez tenha sido o adjetivo mais usado para descrever a sua arquitetura. “Se você olha o interior do *Fontainebleau* de perto, você encontra uma curva grande e uma curva que se opõem e um outro círculo.” Diferente do *Seagram Building*, de Mies, que “uma olhada é suficiente. Você não tem que perambular por ele, não há mais nada para ser visto. E se você andar por seus espaços, você não encontra mais nada” (COOK; KLOTZ, 1975, p.175, tradução nossa).

Ele frequentemente argumentava em seus textos que as pessoas não andam em um padrão retangular, mas em meandros. A sua observação atenta aos pedestres e às pessoas em espaços públicos definiu as plantas dos seus projetos de hospitalidade. Ele havia curvado as vitrines das suas lojas para fazer com que o pedestre seguisse o perímetro arredondado da vitrine e, automaticamente, entrasse na loja e consumisse.

Lapidus foi levado de Nova York a Miami para uma consultoria em como inserir originalidade e drama no projeto do hotel *Sans Souci*. Em sua primeira reunião com o proprietário, ele começou explicando as suas ideias pelos interiores: “você tem que eliminar o interior retangular. [...] Por que você não trabalha algumas curvas e terraços, alguns *decks* [...]? Sua cobertura...ponha uma pequena curva aqui, outra ondulação ali.

Assim que você entra no hotel, comece com os terraços, formas fluidas e curvas”, o que atrai o hóspede. "De certa forma, o *Sans Souci* foi o começo do hotel contemporâneo em contraste com o hotel clássico”, concluiu Lapidus. "Eu ensinei os convidados a subir e descer escadas. Eu os forcei a andar em curvas, criando um senso de interesse. Eu coloquei áreas e objetos iluminados brilhantemente por toda a parte do saguão." Quando os hóspedes chegavam ao hotel, eles eram expostos a um *show*. Eles tinham que chegar e, imediatamente, perambular pelo hotel. "Eles tinham que falar dele. Eles tinham que continuar se movimentando pelo hotel. Eu queria que eles continuassem fazendo suas descobertas. Era casual, mas tinha o maior senso de estimulação.” Os hóspedes chegavam nos seus hotéis buscando algo exuberante e vibrante. "A maioria dessas pessoas não era de literatos. Não era de professores universitários, não era essencialmente de pessoas cultas. Alguns devem ter sido, mas esqueceram a sua cultura. Eles não vinham a Miami Beach por cultura, eles estavam vindo de férias” (COOK; KLOTZ, 1975, p.151-52, tradução nossa).

Figura 188 e 189 — Figura 188 — Convidados no saguão principal do hotel *Fontainebleau*. Figura 189 — Convidados nos saguões principal e superior do hotel *Americana-Bal Harbour*.

Fonte — Miami Florida Archives.

Figura 190 — Hotel *Fontainebleau*, perspectiva colorida do saguão principal, de Morris Lapidus.

Fonte: Bass Museum of Art, Miami Beach, FL, Estados Unidos.

Lapidus atendeu o desejo primitivo, por decoração e ornamento, do seu hóspede de classe média, ao mesmo tempo que ele aproximou o seu projeto ao nível cultural deles. Lapidus foi constantemente questionado porque ele buscava agradar o seu público tão demasiadamente e não buscava melhorar e enriquecer o seu gosto. “Eu não penso que esta seja a minha função. Deixe o Mies tentar. De fato, quanto mais eu escutava o Mies, mais eu dizia: Estou satisfeito que ele o esteja fazendo porque eu não quero fazê-lo” (COOK; KLOTZ, 1975, p.174, tradução nossa). A ideia de beleza dos seus projetos se estruturava na relação da subjetiva experiência humana. Quanto à recorrente adjetivação de *kitsch*, ele sempre dava a mesma resposta: “Eu não estou tentando criar monumentos. Meus hotéis não são projetados, primeiramente, para impressionar arquitetos como finas obras de arquitetura” (COOK; KLOTZ, 1975, p.156 e 174, tradução nossa).

O valor que Lapidus procurava representar, primariamente, nessas explosões de artifícios decorativos alertava os mais puristas: “A arquitetura moderna irá fracassar ao menos que ela se lembre do elemento humano e das necessidades emocionais” (FARKAS¹¹⁹, 1955 apud COOK, [1970?], p. 40, tradução nossa).

A obra de Lapidus não era resultado de um estudo formal, intelectualizado e teorizado. Seus muitos talentos e interesses, trazidos de diversas áreas do conhecimento, fundamentavam a sua produção e definiam a sua maneira única e pessoal de criar. As suas inspirações poderiam vir de diversas fontes, até filosoficamente contraditórias. A biblioteca particular de Lapidus indica a sua constante curiosidade e a abrangência de seus interesses. A sistemática organização da coleção “Os Livros na minha Biblioteca”¹²⁰ evidencia o seu interesse por várias áreas criativas como: arquitetura, arquitetura de interiores, interiores, decoração, ornamento, antiguidade, história, paisagismo, *design, design* do produto, *graphic design, lettering, packaging*, arte, pintura, escultura, teatro, cenografia, figurino (teatro), exposições, ópera, música, viagem, literatura e ficção. A sua biblioteca, preservada nessa coleção, não era vasta, mas ampla em variedade de áreas de conhecimento, todas aplicadas com a mesma importância na sua produção arquitetônica.¹²¹ As

¹¹⁹ FARKAS, George. Debate on the Fontainebleau. *Interiors*, v. CXV, n. 2, p. 8, Sept. 1955.

¹²⁰ “Morris Lapidus Papers”, Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY, Estados Unidos.

¹²¹ A sua biblioteca, fato não comum a norte-americanos, contém livros em diferentes idiomas como inglês, alemão, francês, italiano e espanhol. A seleção sobre arquitetura moderna inclui os grandes mestres modernos como Le Corbusier (quatro volumes, sendo dois de suas “Obras Completas”), Frank Lloyd Wright (três volumes), Mies Van Der Rohe (um volume). *An Autobiography of an Idea*, único exemplar de um texto de Louis Sullivan, indica o interesse por uma referência autobiográfica de um grande arquiteto, importante para as duas peças autobiográficas de Lapidus—*An architecture of joy*. Miami: E. A. Seemann Publishing, Inc, 1979; *Too much is never enough: an autobiography*. New York: Rizzoli, 1996. As escolhas dentro da vastidão da posterior geração de arquitetos modernos—alguns seus contemporâneos—inclui: a arquitetura moderna brasileira, mais precisamente a representante da Escola Carioca (uma revista de 1949, *Brasil: La Arquitectura De Hoy*), sendo especificamente Oscar Niemeyer (PAPADAKI, Stamo. *The work of Oscar Niemeyer*. 2nd ed. New York: Reinhold, 1951) e Affonso Eduardo Reidy (*The works of Affonso Eduardo Reidy*, com prefácio de S. Giedion, texto de Klaus Franck, publicado por Frederick A. Praeger, de 1960). A seleção de obras de arquitetos modernos também inclui Alvar Aalto, Kenzo Tange, Pier Luigi Nervi e Antoni Gaudí. Como a arquitetura moderna, a arquitetura clássica tem lugar privilegiado na sua biblioteca. A representação clássica inclui Vitruvius, duas obras significativas de Andrea Palladio (*Villas and Palaces of Andrea Palladio 1508 -1580* e seu tratado arquitetônico *The Four books of Architecture*) e a obra *The Architecture of Michelangelo*. Lapidus curiosamente guardou alguns de seus clássicos livros didáticos sobre ornamento, utilizados enquanto aluno do curso de arquitetura na *Columbia University*. Entre eles se encontram *A History of Ornament: Ancient and Medieval* (1916) e *A History of Ornament: Renaissance and Modern* (1923), escritos por A.D.F. (Alfred Dwight Foster) Hamlin (1855-1926), seu professor de História da Arquitetura da universidade de Columbia, publicado pela *The Century Co* em Nova York. Também se encontram a primeira edição do livro de 1888 *Renaissance Architecture and Ornament in Spain* de Andrew N. Prentice, publicado em Londres;

escolhas seletivas dessas diversas áreas do conhecimento e suas devidas apropriações formaram a maneira própria de Lapidus abordar a sua arquitetura individualizada e distinta, o que não chegou a definir um estilo já que não era passível de ser copiada. Todas essas áreas do conhecimento, representadas por meio de esparsos volumes, revelam a fundamental importância dessas escolhas, concomitantemente refletidas e apropriadas de maneira única em suas obras. Lapidus era movido pela sensibilidade ao usuário, não pela intelectualidade acadêmica. Ele soube taticamente se apropriar de elementos provenientes de fontes diversos para compor um espaço único para os seus usuários, sempre almejando resultados muito específicos associados ao uso de cada um desses espaços.

Durante a sua carreira Lapidus teve a sensibilidade de entender o seu público e a perspicácia de saber servi-lo com a criação de espaços que ofereciam experiências que contribuíram para a formação da sua identidade. No fundo, Lapidus tinha uma empatia com o seu público pois se sentia parte dele. Ele considerou os seus hotéis-balneários de Miami Beach o ápice da sua carreira. Foi com eles que ele atingiu a sua gratificação pessoal como arquiteto. A sua obra hotelaria é um reflexo de como ele se via como arquiteto.

Eu nunca me considerei um arquiteto de *status*. Desde o começo da minha carreira eu resolvi que, como provavelmente eu não iria deixar a minha marca, eu deveria, portanto, apreciar o que eu estava fazendo e fazer com que as pessoas que usassem a minha arquitetura a apreciassem também (COOK; KLOTZ, 1975, p.174, tradução nossa)

Lapidus reagiu com espaços que sugeriam uma atmosfera respeitável meramente pela alusão a valores simbólicos. A sua obra servia os anseios daquele homem comum contemporâneo. Seus hotéis foram agentes formadores da modernidade do pós-guerra, expressos por uma arquitetura moderna com interiores tradicionais que definiam uma atmosfera pela alusão a valores sociais. Os espaços do hotel-balneário representavam os símbolos de modernidade, de luxo associado ao lazer.

Styles of Ornament de Alexander Speltz, publicado por E. Weyhe, New York, 1910; e o tratado de 1897, publicado em Paris por C. Massin, **Traité élémentaire d'architecture, comprenant l'étude complète des cinq ordres, le tracé des ombres et les premiers principes de construction; ouvrage divisé en soixante-seize planches, dessiné et mis en ordre par Pierre Esquié**. Livros de arte, principalmente clássica e moderna, tem grande destaque em sua biblioteca, com significativa representação em número de volumes. Completa a biblioteca uma lista de livros pragmáticos, técnicos de arquitetura e construção.

O Sr. e a Sra América acreditavam que eles estavam indo para o hotel mais caro de Miami Beach. Nas suas mentes, eles já haviam imaginado viver uma vida de milionário. Eu criei para eles o que eles desejavam: a imensidade de um saguão incoerente, a superabundância de belas antiguidades, o sentimento de enorme opulência. Quando eles entram no hotel, eles sentem. 'Isto é o que eu sonhei, isto é o que nós vimos nos filmes, isto é o que nós imaginamos que isto seria.' Mas eu nunca deixei meus personagens sozinhos nesta charada. Quando eles chegam à recepção, há um nobre brasão do *Fontainebleau*. Eles se registram no hotel sobre uma bela superfície de mármore. A recepcionista os registra atrás de um elaborado móvel em bronze. O cenário e o sentimento são mantidos. Eles entram no elevador (eu projetei os uniformes de todos os funcionários do hotel) e ali está uma moça vestida de *bellhop* [carregador de malas], como uma modelo. O elevador é ornamentado. Eles descem no andar do seu quarto de hotel e encontram lindas peças de antiguidades—espelho, relógio e cadeiras. Antiguidade. Riqueza. Tradição. Está tudo lá. O papel de parede estampa o palácio *Fontainebleau* com o brasão que eu projetei para eles. *Fontainebleau*, França, luxo e realeza. Eles entram no seu quarto para qual eu projetei peças de mobiliário superdimensionadas que pareceriam ridículas em qualquer outro lugar. Mas aqui é correto, porque isso é o que eles sonharam. É uma enorme realização (COOK; KLOTZ, 1975, p.173-174, tradução nossa).

A direção do projeto inteiro é somada com outros recursos utilizados, principalmente, no saguão do hotel. Ele criou pisos desnivelados, plataformas em alturas diferentes que serviam para paradas estratégicas dos hóspedes, com a mesma função de criar efeitos especiais como as suas “*stairway to nowhere*”. Para o acesso ao restaurante a partir do saguão, ele fez os hóspedes subirem três degraus para ficarem em evidência em uma plataforma iluminada, para depois descerem três degraus ao nível da porta de entrada do restaurante. O efeito criado com as camadas das paredes e forros se estenderam aos pisos nos seus hotéis. “Não é funcional, não é necessário, mas satisfaz a emoção do ego” (COOK; KLOTZ, 1975, p.174, tradução nossa)¹²². É uma memória inesquecível.

Lapidus estava ciente de que os seus usuários dos seus projetos solicitavam um cenário. Eles pediam por um pano de fundo. Eles buscavam *status*. Os elementos simbólicos de projeto criado por Lapidus formaram o cenário que proporcionava que seu cliente e usuários construíssem a sua identidade social. “Eu sempre retorno ao elemento humano, as idiossincrasias da natureza humana.” (COOK; KLOTZ, 1975, p.174, tradução nossa). A maestria usada no *Fontainebleau* havia sido usada com sucesso por Lapidus vinte anos

¹²² Este texto sobre os seus recursos de projeto como a sua “*stairway to nowhere*” foi repetido por Lapidus em várias publicações, inclusive em ambas biografias (1979, 1996).

antes para a sede da empresa *Seagram* em Nova York. Para os escritórios da empresa de *whisky* canadense no edifício *Chrysler*, Lapidus traduziu a respeitabilidade que o álcool exigia no fim da Proibição com um impecável pano de fundo histórico. Ele pesquisou o seu repertório de formação *Beaux-Arts* e concluiu que o cenário ideal que importaria respeito ao retorno de uma empresa de produto alcoólico seria em estilo *Elizabethan*. Lapidus buscava respeito na tradição e colocou o seu cliente em um palco com cenário histórico. A sede dos escritórios impunha dignidade. Seus clientes ganharam *status* instantâneo (COOK; KLOTZ, 1975, p.167e173, tradução nossa).

A carreira de arquiteto de Lapidus foi movida pelo prazer em criar um cenário, um pano de fundo, para os seus clientes e usuários dos seus espaços cujo caráter simbólico transmitiria o *status* social almejado por eles, a imagem social que eles gostariam de informar. Ele, sensitivamente, observou como um cenário inapropriado pode afetar negativamente os seus usuários. Quando ele visitou Samuel Bronfman, seu ex-cliente estava sentado em seu imenso escritório no edifício *Seagram* de Mies em Nova York:

E ali estava este pequeno homem de cerca de um metro e sessenta e cinco centímetros de altura. No edifício *Chrysler*, ele estava sentado atrás da minha modesta escrivaninha, mas lindamente entalhada em madeira, e ele sentia que ele tinha ascendido. Agora, eu o vejo sentado atrás de uma mesa enorme em uma sala gigantesca com provavelmente meio milhão de dólares em obra de arte nas paredes, madeiras finas e os mais caros carpetes; um pequeno homem em seu enorme escritório (COOK; KLOTZ, 1975, p.173, tradução nossa).

Lapidus continuou, "nesse encontro ele me confidenciou":

"Morris, você se lembra do meu primeiro escritório que você projetou [no edifício *Crysler*?] [...] Eu gostava muito. [...] O que você pensa deste aqui?" E havia um tipo de sentimento de incerteza na sua voz. "Eu olho ao redor de mim e eu digo: o que tudo isto significa?" Foi dado a ele esse enorme e maravilhoso pano de fundo, mas ele não se identificava com ele. [...] esse cenário não significava nada para ele. Ele havia representado o seu papel, mas estava no cenário errado. Ele não poderia representar esse novo papel (COOK; KLOTZ, 1975, p.173, tradução nossa).

Já para o bar privado *Seagram*, Lapidus expressou, com um projeto moderno, o sentimento do que ele entendia o que a boa-vida contemporânea com licor poderia ser. "Eu arrisquei com o bar, e fui o mais longe possível que eu pude com o meu próprio idioma

[...], em expressar a boa-vida contemporânea hoje. Não amanhã. Eu não conhecia o amanhã” (COOK; KLOTZ, 1975, p. 167-168, tradução nossa).

A preocupação de Lapidus com a escala do hóspede está em todos os espaços abertos dos hotéis, principalmente nos saguões, onde Lapidus deixou as suas impressões mais fortes. Ele foi astuto em guiar o indivíduo em seus espaços. Para os interiores do *Fontainebleau*, Lapidus criou para o seu público um cenário, literalmente e intencionalmente. Ele buscou com esse projeto fazer com que cada usuário se transformasse em uma estrela de cinema durante o curto momento de sua estadia. Para o estilo “*French Provincial*” do interior ele combinou muitos *clichés* de elegância do gosto popular norte-americano do começo dos anos 1950 e respondeu com lustres enormes, colunas “gregas”, sancas de iluminação, amplas escadas, materiais diversos — do mármore italiano ao calcário (*coral rock*), pedra local do Sul da Flórida. O piso, que ainda hoje permanece, era em mármore branco com incrustações em mármore preto de motivos de laços, uma referência à sua fiel gravata borboleta. As colunas “clássicas”, largas e arredondadas, eram em mármore e bronze. Os domos enormes, também remissivos das suas lojas, foram revestidos em folhado de ouro. Os enormes lustres de cristal foram manufaturados na Europa, já que as empresas de iluminação norte-americanas não puderam desenvolver o projeto de Lapidus. Para as áreas de estar do saguão principal, ele criou ilhas acarpetadas em formas livres (*woogles*), circundadas pelo piso em mármore que definia a circulação do saguão. As luminárias do hotel foram selecionadas ou projetadas por ele¹²³.

Lapidus incorporou esculturas pelos interiores do hotel, além de peças em bronze, mármore e terracota. Para decorar em estilo “francês”, ele garimpou muitas peças em leilões e lojas de antiguidade e as colocou estrategicamente nos espaços públicos do hotel. Entre as antiguidades havia um brasão da cidade de Paris, detalhadamente entalhado, dourado e pintado. O episódio de uma escultura de quase três metros de altura foi um momento épico do projeto. Como não havia orçamento para contratar um artista para uma grande escultura, Lapidus adquiriu uma em um ferro-velho onde as peças eram vendidas pelo valor do peso do bronze, o que era demasiadamente barato. Posteriormente, ele soube que essa escultura era uma obra de arte criada para um navio francês,

¹²³ Retirados das notas de Lapidus às fotos do hotel. Cf. Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

"*The Normandy*", que afundou em Nova York quando ele estava sendo convertido em um navio de guerra. Esta estátua, de um famoso escultor francês, que ficava na ponta da grande escadaria da entrada do grande salão de jantar do *Normandy*, foi instalada no saguão do hotel *Fontainebleau*. Na época, ela custou apenas pouco mais de mil dólares e foi assegurada por um milhão de dólares¹²⁴.

Figuras 191 e 192 — Figura 191 — Hotel *Fontainebleau*, saguão principal. Figura 192 — Hotel *Fontainebleau*, saguão superior.

Fonte: Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C.

Outro tipo de recurso, muito efetivo, utilizado na área do saguão do *Fontainebleau* era um mural de seis metros de comprimento "aplicado" em uma parede curvada. O mural era uma ampliação de uma ilustração do Foro Romano de *Piranesi*. Embrulhada em volta dele, flutuava a escada circular. A escada levava a lugar nenhum, simplesmente a um pequeno mezanino que abrigava uma pequena sala de televisão e de carteados. A sua única função era servir de palco momentâneo aos hóspedes do hotel. Após o desfile em roupas de gala, sem onde se dirigir, os hóspedes se viravam para descer a escada. A es-

¹²⁴ Retirados das notas de Lapidus às fotos do hotel. Cf. Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

cada tinha a função de palco. Plantas tropicais—filodendro, típico símbolo de tropicalidade da década de 1950¹²⁵—jorravam da beirada do peitoril do mezanino e luzes inundavam a área. Lapidus ficou famoso pelas suas escadas dos saguões dos seus hotéis, geralmente circulares. Denominadas “*stairway to nowhere*”, a sua função não seria a de meio de circulação vertical, mas a de um artifício de projeto que servia como mais um elemento do cenário do saguão, com o objetivo de criar uma experiência que causasse emoção aos hóspedes do hotel. Era um típico musical *Busby Berkely* que, de acordo com as biografias de Lapidus, foi uma das suas inspirações para projeto. Todos queriam se vestir em traje de gala para estar em evidência ao subir e descer a escada adornada.¹²⁶ O mural, um elemento do vocabulário da arquitetura moderna, já havia sido utilizado por Lapidus à “maneira moderna” no seu bar privado *Seagram* (1936) e nos espaços de exposição do seu pavilhão para a Feira Mundial de Nova York (1939).

Figura 193—Hotel *Fontainebleau*, saguão principal, “*stairway to nowhere*” e pintura-mural com fotomontagem de uma obra de Piranesi.

Fonte: Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C.

¹²⁵ Entre muitos títulos que abordam o tema, um dos mais recentes é LARSE, Christian A. **Philodendron: From pan-latin exotic to american modern**. Miami Beach: The Wolfsonian-Florida International University, 2015.

¹²⁶ Ironicamente, no fim da década de 1960, a ilustração de Piranesi—elemento “*kitch*” para os modernos e tradicional para o seu público—, oferecia um sentimento diferente de contemporaneidade, que não mais nos remetia ao passado histórico, mas ao então presente pós-moderno.

Como um arquiteto completo, Lapidus projetou o hotel todo, incluindo todos os seus detalhes, da arquitetura aos interiores, como havia ensinado o seu professor Hamlin na *Columbia University*. Ele projetou até os uniformes dos porteiros e carregadores de malas (*bell boys*) e camareiras. Como nos seus projetos para o teatro, Lapidus havia projetado o cenário e os figurinos. Lapidus ficou honrado que o *Fontainebleau* tenha sido usado como cenário para cinema; por exemplo, para o filme *Goldfinger* (1964), estrelado por James Bond.

Para o restaurante principal do hotel, *The Fleur de Lis*, o encosto das cadeiras (projetadas por Lapidus) tinha um recorte na madeira em forma de flor de lis. O mesmo motivo de flor de lis foi utilizado na parede do restaurante. As estátuas decorativas, figuras da realeza, foram idealizadas por Lapidus em terracota. No entanto, elas foram criadas em “*papier maché*” por um artista que ele conhecia que criava manequins para vitrines de lojas de departamento. As figuras eram vestidas elegantemente, com jóias sobrepostas como ornamento, para uma festa da corte de Louis XIV na França.

Figuras 194 e 195 — Hotel *Fontainebleau*, restaurante principal do hotel, *The Fleur de Lis*.

Fonte: Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C.

Após seis meses da inauguração do *Fontainebleau*, Lapidus viajou, durante o verão europeu de 1955, para França e Itália, no navio *France*, para coletar materiais e obras de arte para o *Eden Roc*. Pela primeira vez, ele estava vendo todos os famosos palácios, castelos, catedrais e cidades que ele havia estudado no curso de arquitetura *Beaux-Arts* da

Columbia University. (LAPIDUS, 1996, p. 188). Durante a sua estadia na França, Lapidus visitou o *Grand Hotel du Cap*. O proprietário do hotel o levou a conhecer toda a propriedade do *Hotel du Cap* e para um passeio de iate¹²⁷.

Figuras 196 e 197 — Figura 196 — Morris Lapidus e o proprietário do *Hotel du Cap* no terreno do hotel em *Cap d'Antibes*, França, julho de 1955. Figura 197 — A transposição da Riviera Francesa a Miami Beach.

Fonte: Figura 196 — LAPIDUS, 1996, p. 187. Figura 197 — eBay.

O anúncio de inauguração do hotel, no jornal *New York Times* de 11 de dezembro de 1955, evidenciava o contraste da arquitetura moderna do edifício com seus interiores. O destaque das fotos foi dado às áreas de amenidades do hotel em estilo “*Italian Renaissance*”: *The Cafe Pompeii*, *Harry’s American Bar*, *Mona Lisa Dining Room*, *The Crystal Lobby* e *Marco Polo Lounge*, *Pavilion Dining Room* e a sala de estar do quarto *duplex*.

¹²⁷ Emprestado pela família Kennedy norte-americana, que frequentemente alugava um chalé do hotel (LAPIDUS, 1996, p. 189).

Pronto para você agora...este lindo novo mundo de prazeroso lazer!
Este sonho de recriar o “*high-life*”¹²⁸ da Riviera em Miami Beach...é agora uma realidade triunfante! Você agora pode escolher entre 401 suntuosos quartos de hotel, suíte duplas e *penthouses*...cada um com uma requintada decoração para refletir o seu próprio bom gosto...tudo com superdimensionados *closets*, luxuosos banheiros e *dressing rooms*.

Agora que o Eden Roc é uma realidade, nós podemos agradecer a imprensa e o público pela sua maravilhosa recepção das nossas insuperáveis acomodações e instalações, e pelo seu expresso entusiasmo por este destaque à “vida ao ar livre”, em uma área que cria uma atmosfera de um mundo-velho que é elegante, excepcional...ainda que casual e relaxado.

Podemos... “nos ver no Eden Roc”? (grifo nosso, tradução nossa).

Figura 198—Anúncios da inauguração do hotel *Eden Roc* em 20 de dezembro de 1955 no *New York Times*

Première December 20th

READY FOR YOU NOW...this beautiful new world of vacation pleasure!

This dream of re-creating the "high-life" of the Riviera on Miami Beach...is now a triumphant reality!

Now you may choose from 401 sumptuous guest rooms, split-level suites and penthouses...each with an exquisite decor to reflect your own good taste...all with oversized closets, luxurious baths and dressing rooms.

Now that the Eden Roc dream is a reality, may we thank the Press and Public for their wonderful reception of our unexcelled accommodations and facilities, and for their expressed enthusiasm for this accent on "outdoor living" in surroundings that create an old-world atmosphere that is elegant, superlative...yet easy and carefree!

May we... "see you at Eden Roc"?

beautiful full color brochure on request
GEORGE E. FOX, managing director
New York phone: MUrray Hill 7-2559

Eden Roc
hotel, cabana and yacht club
OCEANFRONT at 46th STREET, MIAMI BEACH, FLORIDA

Architect-Designer: MORRIS LAPIDUS Board of Directors: HARRY MURSON, A. M. PARKER, JACK ROTHSTEIN, HARRY ODZER, JACK LAXER

Fonte: *New York Times* (1923-Current file); Dec 11, 1955; ProQuest Historical Newspapers: The New York Times p. 398.

¹²⁸ Um estilo de vida em que as pessoas ricas e bem-sucedidas se divertem passando tempo em lugares elegantes. De acordo com o Cambridge Dictionary, <https://dictionary.cambridge.org/us/> (tradução nossa).

As perspectivas das áreas de amenidades do hotel, impressas no anúncio, prometiam ao futuro hóspede um "sonho de recriar o '*high-life*' da Riviera em Miami Beach" em áreas suntuosas e generosas, com "uma atrativa decoração para refletir o seu próprio bom gosto". O anúncio antecipadamente introduzia o convidado no cenário teatral do hotel que o trasladaria para a *Riviera*. Os interiores em estilo "*Italian Renaissance*" "refletiam o próprio bom-gosto" do hóspede. O luxo e a suntuosidade anunciados traduziam a identidade de modernidade do cidadão norte-americanos de classe média.

Por ocasião da sua viagem à Europa em meados de 1955, Lapidus visitou Milão e Veneza para adquirir peças em bronze, lustres e cristais para o hotel. Em Paris, ele visitou o Louvre onde ele observou copistas reproduzindo pinturas famosas do museu. De volta à Flórida ele conheceu um piloto de avião que viajava frequentemente à Paris e que tinha contato com alguns copistas do museu. Lapidus encomendou, incluindo especialmente a *Mona Lisa*, vinte e quatro pinturas, no formato de sessenta por sessenta centímetros quadrados cada. O restaurante do *Eden Roc* que foi decorado com as vinte e quatro pinturas foi intitulado *Mona Lisa Room*. As colunas do restaurante torcidas, moldadas em gesso, eram adaptações contemporâneas das colunas que emolduram o altar da basílica de São Pedro em Roma (LAPIDUS, 1996, p. 188-189).

Todos os arcos do salão *Mona Lisa* foram construídos em metal de bitola larga e pesado. Em cada lado do palco, havia cinco painéis de tecido rosa com uma luminária no centro de cada painel. O painel à extrema direita era formado em arco *Palladiano* e uma coluna jônica, com a parte superior do painel em friso com triglifos (um friso dórico com três sulcos verticais). Para o desenho dos triglifos, Lapidus escolheu uma gravura de Palladio e ampliou-a fotograficamente. A ampliação foi fornecida ao metalúrgico para execução do friso em metal. Os frisos metálicos continuam livres no topo das paredes laterais. Um vaso grego foi colocado em cada arco. O vaso era branco, o trabalho em metal foi pintado em dourado e a parede de fundo em azul profundo, que, por sua vez, acomodava pequenas lâmpadas que davam um efeito de constelações de estrelas¹²⁹.

¹²⁹ Notas às fotografias. Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

Figuras 199 a 201 — Figura 199 — Hotel *Eden Roc*, *Mona Lisa Room*, restaurante mais popular do hotel. Figura 200 — Hotel *Eden Roc*, 1955, *Night Club: Palladian Room*. Figura 201 — Nat King Cole em frente à reprodução da *Mona Lisa* no *Mona Lisa Room*, do hotel *Eden Roc*.

Fonte: Figura 199 — Fotografia Ezra Stoller; Ezra Stoller Archive (Esto). Figura 200 — Fotografia Ezra Stoller; Ezra Stoller Archive (Esto). Figura 201 — BIONDI, 2007, p. 127.

Com o projeto do saguão principal do hotel, ele buscava "simplicidade" e "classicismo". O piso em granilite branco foi embelezado com grandes motivos florais, um ornamento clássico grego retirado do vocabulário *Beaux-Arts* do arquiteto. As avantajadas colunas elípticas tinham um revestimento com efeito em padrão de listras verticais: faixas convexas em madeira rosa com acabamento em laca polida, alternadas com fundo dourado. Esta série de colunas delimitava, em forma circular, a área principal do *Crystal Lobby*. O tratamento decorativo das colunas terminava pouco abaixo do forro rebaixado que demarcava a sala de estar, deixando mostrar a forma original da coluna, delgada e

quadrada. As bordas moldadas em detalhes decorativos do forro, bem como o próprio forro, foram pintadas em dourado. Para o centro do forro rebaixado, Lapidus escolheu um grande lustre em bronze que ele havia adquirido em uma loja de antiguidade. Entre as colunas, em um arranjo clássico, havia um pedestal em mármore branco canelado que abrigava, cada um, uma estatueta em bronze, adquirida por Lapidus em Milão. A sala de estar era ladeada com uma grade baixa em bronze, com motivos em mármore branco, de inspiração clássica. As cortinas, com controle mecânico, eram em tecido branco, em estilo clássico vienense¹³⁰.

Figuras 202 e 203 — Hotel *Eden Roc*, 1955, Miami Beach. Saguão principal.

Fonte: Fotografia Ezra Stoller; Ezra Stoller Archive (Esto).

A “*Stairway to Nowhere*” do *Eden Roc* era circular e em balanço, e levava a um pequeno mezanino. O revestimento da parede circular, em que a escada estava ancorada, era em madeira, com folhamento dourado. O corrimão era em madeira rosa. As outras paredes eram de pedras de mármore, com uma forma de fechamento que ele descobriu em Milão. No segundo andar, a escada terminava em uma área iluminada por suas luminárias circulares, típicas das suas lojas. Como no *Fontainebleau*, para criar a ideia de leveza, a escada circular de concreto armado era em balanço, ancorada na parede de concreto revestida, também circular. A balaustrada da escada era uma versão “renascentista”, cujo volume

¹³⁰ Notas às fotografias. Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

era formado por filamentos de latão. O corrimão da escada era revestido em um tecido marrom escuro. A parede de concreto, revestida em mármore, terminava em uma floreira que acomodava plantas tropicais, filodendros, comumente presentes nos interiores, residenciais e comerciais, da arquitetura moderna da metade do século XX, como símbolos de tropicalidade. O contraste dos motivos clássicos e tropicais evidenciam um interior "italiano renascentista" no Sul da Flórida. Como o *New York Times* anunciava, o *Eden Roc* oferecia um "espírito de elegância do mundo velho" com o "charme da luxúria da Flórida".

Figuras 204 e 205 — Hotel *Eden Roc*, interior do saguão principal e escada que leva ao saguão superior.

Fonte — Fotografia Ezra Stoller; Ezra Stoller Archive (Esto).

Outra escada, circular em mármore, conduzia ao saguão do piso inferior do hotel, onde o café "*Villa de Este*" e as lojas se encontravam. As paredes que emolduram a escada tinham revestimento em pequenas pedras de mármore, elemento que adicionava textura ao ambiente. Acompanhando o volume negativo da escada, no saguão principal, havia uma sala de estar mais intimista, parcialmente fechada por vidro. A decoração era *Chinoiserie*¹³¹. A parede das janelas abrigava altos painéis translúcidos com motivos chineses. As outras paredes eram revestidas em seda chinesa vermelha, sobre a qual estava pintado, em forma de mural, uma cena da viagem de Marco Polo à China. Uma outra parede

¹³¹ Imitação ou evocação de motivos e técnicas chineses na arte ocidental, mobiliário e arquitetura.

interna da sala abrigava, no seu revestimento em seda branca, um outro mural que ilustrava a viagem de retorno de Marco Polo à Itália. O tema chinês da sala de espera era evidenciado já na entrada da sala de estar, que era emoldurada por um aquário chinês usado como floreira. As plantas, apropriadamente, eram tropicais.

Na entrada do salão de jantar *Mona Lisa* havia um bar projetado por Lapidus que simbolizava uma caverna de pedra talhada rusticamente, como as encontradas em muitas partes da Itália. O revestimento da parede em *papier maché*, que simulava pedra, foi executado por um artista preferido do arquiteto em Nova York. A partir do tema de cada ambiente do hotel um tipo de cenário era criado. Era a contínua transposição do hóspede para culturas alheias ao Sul da Flórida, cuja contribuição era unicamente promover exoticamente o conceito de tropicalidade.

A parede de vidro na parte de trás do interior do saguão principal do *Eden Roc*, dando para a área de lazer externa, piscina e jardins, tinha cortinas em seda vienense, controladas mecanicamente para controlar a luz do sol vinda do Leste. O corrimão era em bronze com encaves redondos em mármore branco. As luminárias de mesa foram criadas por Lapidus, cujas bases eram esculturas de bronze adquiridas em antiquários e que foram transformadas em luminárias com a adição dos cabos elétricos e das cúpulas variadas em seda, também projetadas pelo arquiteto. Todo o mobiliário foi projetado pelo arquiteto.

Figuras 206 a 208—*Hotel Eden Roc*. Figura 206—Interior do saguão principal, escada que leva ao saguão inferior. Figura 207—Foto encenada no bar na entrada do *Mona Lisa Room*. Figura 208—Parede de vidro na parte de trás do interior do saguão principal, dando para a área de lazer externa, piscina e jardins.

O restaurante da área externa, que servia as piscinas e a área de lazer externa do hotel tinha um espírito informal, típico de hotel à beira-mar. As cortinas, tipo persianas, tinham uma composição de varas de palha tecidas, presas por fitas brilhantes em lã e algodão dourados. A parte superior das persianas era em padrão de laço em metal. O mobiliário era em ferro forjado pintado em cor rosa, com assentos em tecido com impressões florais em várias cores vivas. O piso era de cerâmica branca. Os lustres, como em todo trabalho de Lapidus, eram exagerados nos tamanhos. O efeito total era colorido, vivo e extravagante. A Itália, antiga e moderna, guiou o projeto de interiores de Lapidus para o *Eden Roc*.

Figuras 209 e 210—Hotel *Eden Roc*, restaurante que servia as piscinas e a área de lazer externa do hotel.

Fonte: Fotografia Ezra Stoller; Ezra Stoller Archive (Esto).

As plantas, que serviram de recursos arquiteturais e lúdicos, também ocuparam uma posição de destaque na linguagem tropical da arquitetura moderna do pós-guerra, especialmente do vocabulário da arquitetura dos hotéis-balneários. A palmeira, especificamente o coqueiro, denota um símbolo de tropicalidade associado ao valor de consumo do lazer da sociedade norte-americana da metade do século XX no Sul da Flórida. Como objetos de desejo de consumo, as palmeiras oferecem uma experiência, neste caso a da tropicalidade, que foi sedimentada na história da cultura do Ocidente desde o século XVI

e amplamente implementada na arquitetura moderna do pós-guerra (MAUNDER, 2015, p. XX). Assim que a palmeira—bem como outras plantas tropicais—é integrada na cultura material, ela não é mais considerada simplesmente um elemento natural, mas uma criação humana como outro produto arquitetônico ou objeto de consumo.

Figuras 211 e 212 — Hotel *Americana Bal-Harbour*, área recreativa, piscina.

Fonte: Fotografia Ezra Stoller; Ezra Stoller Archive (Esto).

A representação de tropicalidade da palmeira foi explorada em Miami Beach desde antes da sua fundação em 1915. Os coqueiros, não nativos da então península, foram acidentalmente introduzidos como planta exótica por resultado do fracassado projeto comercial agrícola do fim do século XIX que ocupou 160 quilômetros de extensão da costa Atlântica no Sul da Flórida. Os coqueiros abandonados foram explorados pelos grupos de investidores que lotearam a então península e fundaram a cidade, determinando assim seu processo de urbanização. Durante um século de história de Miami Beach, a palmeira se materializou como ícone internacional de uma das mais estabelecidas cidades-balneárias do mundo. Em Miami Beach, por meio da sua circulação e representação históricas, a palmeira tem carregado uma associação evolvente, tornando-se um símbolo poderoso. Arquitetos circularam esse imaginário tropical que se tornou emblemático da identidade exótica e popularizaram as plantas tropicais para o uso em espaços modernos.

A palmeira reforçou a identidade do norte-americano e os estilos de vida associados a ela. A palmeira indexou conceitos sociais e culturais, veiculados em coexistência com a sua imagem, como tropicalidade, modernidade e exotismo. As árvores exóticas como a

palmeira, bem como as plantas tropicais que historicamente circularam nos Estados Unidos, passaram por um processo que pode ser definido como “domesticação”, pela popularização de seus usos nos interiores (e jardins) das residências (e hotéis) da Flórida, especialmente em Miami Beach¹³². Pode-se dizer que as plantas tropicais são desnaturalizadas e “reconstruídas” nos interiores manejados pelo arquiteto. A palmeira e as plantas exóticas tropicais tornaram-se um produto dos desejos e das necessidades culturais, desenraizadas de qualquer senso real do seu habitat nativo e transplantadas no contexto do cotidiano do norte-americano do pós-guerra.

Um recurso de tropicalidade, associado a exotismo, foi usado ao extremo do saguão do hotel *Americana-Bal Harbour*, cujos temas foram emprestados de todos os países das Américas. O foco do interior do saguão principal era o terrário, um cone invertido de onze metros de diâmetro e doze metros de altura, com fechamento em vidro que permitia deixar a uma abertura circular, aberta aos céus, permitindo a vista da torre do hotel; era o elemento principal de ambos os saguões, superior e inferior, do hotel, já que o volume se estendia do piso térreo ao piso inferior. Lapidus contratou um escultor para criar uma pequena montanha de onde plantas tropicais brotavam que representava uma mini-floresta tropical, com chuva natural. Os elementos verticais da estrutura do volume, acima do telhado por onde vigas eram projetadas para dentro do volume, formando um suporte para as luminárias que iluminavam a pequena floresta tropical. No meio das árvores, plantas e flores abundavam. Juntos à vegetação, Lapidus queria macacos e jacarés. Ele conseguiu os jacarés, certamente mais comuns no sul da Flórida. Dele se projetava um forro com luzes que engolfavam a áreas do saguão. Na sua predileta composição de círculos concêntricos, uma escada circular adjacente à curva do volume também circular, unia os saguões do hotel verticalmente, do piso térreo ao piso inferior. As linhas de luminárias e difusores de ar condicionado, embutidas no forro do saguão que circundava o volume, formavam uma composição radial, direcionada para o centro do terrário.

¹³² O aspecto da “domesticação” (como resultado da importação e circulação) de plantas exóticas para uso em interiores modernos é também apresentado na exposição e catálogo, ambos de curadoria, autoria e editoração de Christian A. Larse. Cf. LARSE, Christian A. **Philodendron: From pan-latin exotic to american modern**. Miami Beach: The Wolfsonian-Florida International University, 2015.

Figura 213 — Hotel *Americana Bal-Harbour*, saguão principal, terrário.

Fonte: Fotografia Ezra Stoller; Ezra Stoller Archive (Esto)

O forro em forma de disco remetia também a um cogumelo figurativo, com bolinhas na superfície inferior que eram, na verdade, difusores de ar condicionado e luminárias embutidas, em um infinito padrão concêntrico. O forro parecia flutuar devido ao seu rebaixo que formava uma sanca de iluminação. As colunas eram revestidas em pedra calcária com incrustações em motivos astecas, projetados por Lapidus. O piso tinha um padrão aleatório em peças poligonais de mármore inseridos no *terrazzo*, com finalização em polimento. A escada que circundava o volume do terrário, entre os saguões dos pisos térreo e inferior, era também suspensa sobre uma miniatura do *Everglades*, uma área com

plantas aquáticas tropicais e até jovens jacarés. A parede em que a escada estava enco-rada tinha motivos astecas, projetados por Lapidus. O fabricante desses painéis da pa-rede vendeu-as para dezenas de centenas de outros empreendimentos que não eram de Lapidus, perante a sua autorização, sem lucros por direitos de patente.

No saguão principal, no piso térreo, situado na parte de trás do hotel, havia um painel divisório criado por Lapidus. Atrás dessa divisória encontrava-se o volume que abria a sua miniatura de floresta tropical. A divisória asteca-maia era em vidro veneziano, painéis de madeira entalhada e motivos em cabos de latão, formando vários objetos que compunham o projeto. As colunas eram revestidas em cobre, que servia como pano de fundo para a pintura, vivamente colorida, de motivos astecas abstratos de um artista contratado por Lapidus. O piso era em pedras de mármore polido que ele importou da Itália. As colunas, entre os painéis das divisórias, eram revestidas em calcário, sendo algumas ce-râmicas incrustadas em motivos criados por Lapidus. A divisória curvada, acompa-nhando a curva do forro do saguão principal. O terrário poderia ser visto através da divisória.

Figuras 214 e 215—Hotel *Americana Bal-Harbour*, saguão principal, terrário, escada que circunda o volume do terrário, entre os saguões dos pisos térreo e inferior.

Fonte: Fotografia Ezra Stoller; Ezra Stoller Archive (Esto)

Figuras 216 e 217 — Figura 216—Hotel *Americana Bal-Harbour*, detalhe da divisória asteca-maia de Lapidus. Figura 217—Hotel *Americana Bal-Harbour*, saguão principal (térreo) da parte de trás do hotel, mostrando um painel divisório criado por Lapidus. Atrás da divisória está o volume que abria a sua floresta tropical em miniatura.

Fonte: Fotografia Ezra Stoller; Ezra Stoller Archive (Esto)

5.1.5. Jardins tropicais e áreas recreativas do hotel: *country club*

Os hotéis-balneários de Morris Lapidus eram autossuficientes.

"O *Fontainebleau* e o *Eden Roc* [e o Hotel *Americana-Bal Harbour*] podem ser interpretados como a vida poderia ser se fosse vivida inteiramente em um *country club*—exclusivamente isolado, jardim tropicais, piscina, restaurante à beira da piscina, jantar e baile em vestimentas formais às noites [...]. Os hotéis-balneários do segundo pós-guerra de Lapidus exageraram a familiar paisagem suburbana tornando-a um refúgio dos sonhos" (THOMAS; SNYDER, 2005, p. 208).

Nos anos 1950, o comércio também foi levado para dentro do hotel. Todas as necessidades dos hóspedes—hospedagem, alimentação, lazer e comércio—eram supridas dentro do próprio hotel. Dentro do hotel se encontravam todas as fantasias da classe média: restaurantes, salas de dança, piscinas, amenidades, *nighclubs* e lojas. Uma vez dentro do hotel, os hóspedes tinham acesso à uma gama de atividades, diurnas e noturnas, formais e casuais, internas e externas. Não havia necessidade de sair do terreno do hotel.

Os jantares em restaurantes de hotéis-balneários eram uma moda e uma regra social da modernidade do pós-guerra. As inaugurações dos hotéis eram celebradas com um grande concerto e um jantar de gala. O hotel *Eden Roc* abriu suas portas ao público com

o concerto do cantor Harry Belafonte¹³³ no *Cafe Pompeii*. Os restaurantes e bares desses hotéis eram altamente frequentados por hóspedes e visitantes noturnos. A seção “*After Dark*” e “*Autographs*” do jornal interno do *Eden Roc*, com fotos de pessoas ostentadamente vestidas em restaurantes e bares lotados de hóspedes e visitantes, servia, ao mesmo tempo, como autopromoção do hotel e um reforço da identidade do norte-americano do pós-guerra.

Figuras 218 e 219 — Figura 218 — Anúncio de um show de Frank Sinatra e Joe E. Lewis no hotel *Eden Roc*. Figura 219 — Jornal interno do hotel *Eden Roc*, *Autographs*.

Fonte: Figura 218 — Florida Memory Archives. Figura 219 — “Morris Lapidus Papers”, Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY, Estados Unidos.

¹³³ Harry Belafonte (nascido em 1927) é um cantor, compositor e ator. Uma das mais bem-sucedidas estrelas do pop jamaicano-americano na história, ele popularizou o estilo musical do Caribe com uma audiência internacional na década de 1950.

Para os jardins do hotel *Fontainebleau*, Lapidus criou um grande terraço no segundo piso, com acesso por escadas para os jardins. Os dois andares de chalés formavam um tipo de *boardwalk* com vista para o mar, que contornava toda a área aberta de lazer da piscina e dos jardins. A aparente incongruência da arquitetura moderna do edifício do hotel *Fontainebleau* com seus interiores ornamentados repete-se na relação entre a arquitetura e o paisagismo. Ao norte do hotel está um jardim formal “francês”. Ao seu lado está um *deck* ultramoderno para a área recreativa, piscina e chalés. Uma arquitetura moderna que abraça interiores e jardim “franceses”. Os jardins eram utilizados para festas e eventos noturnos.

A justaposição desses dois elementos contraditórios levou Robert Venturi a enxergar nele uma ironia entusiasmante, de um olhar cuidadoso que, intencionalmente, teria combinado tais elementos contraditórios. Integrar ambos é um risco de gênio, alguém poderia argumentar. Ver nessa combinação uma afirmação suprema de ironia é um símbolo da vida do homem de hoje, repleta de complexidade e contradição (COOK, 1969, p. 39).

Na realidade, quinze anos antes, em 1954, a composição de dois elementos contraditórios não era uma ironia, mas a afirmação de um símbolo da *good life* daquele homem contemporâneo. Quando Lapidus era indagado sobre tal incoerência de temas ele discorria sua frustração como se estivesse no divã de um psicanalista, buscando justificar-se. Ele disse ter argumentado com seu cliente quando este demandou jardins franceses, alegando ser o nome do hotel *The Fontainebleau* e recusando, portanto, os jardins modernos e tropicais propostos pelo arquiteto, incluído na maquete do projeto—da mesma forma que ele havia demandado interiores *French Provincial* no lugar de interior moderno. Apesar de Lapidus ser famoso por fazer demasiadas concessões aos seus clientes, na verdade ele se entregou totalmente a esse projeto e ficou muito satisfeito com o resultado. Ele tinha um orgulho imenso do hotel *Fontainebleau* e sempre o considerou a sua obra-prima.

Figuras 220 a 225—Hotel *Fontainebleau*, arquitetura moderna tropical e jardins “franceses”. Figuras 220 e 221—Fotos da maquete do projeto original com jardins modernos. Fotos 222 e 223—Cartões-postais. Figuras 224 e 225—Fotos aéreas, arquitetura moderna tropical e jardins “franceses”.

Fonte: Figuras 220 e 221—Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C. Figuras 222 e 223—eBay. Figuras 224 e 225—Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C.

Figuras 226 a 228 — Figura 226 e 227 — Hotel *Eden Roc*, área recreativa. Figura 228 — Jornal interno do hotel *Eden Roc*, *After Dark* e *Fun n'Sun*.

Figuras 229 a 232 — Hotel *Eden Roc*, embalagem de fósforos, *cocktail stirrers*, capa do cardápio e prato com logotipo clássico-tradicional. Aqui a tropicalidade encontra a tradição.

Fonte: Figuras 226 e 227 — Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc., Library of Congress, Washington, D.C. Figura 228 — “Morris Lapidus Papers”, Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY, Estados Unidos.

Fonte: Figuras 229 a 232 — e-Bay.

Lapidus foi treinado a pensar a função de cada área do programa do projeto em separado, idealizando a experiência do usuário por completo em cada espaço por ele criado. Cada sala, cada área, cada espaço do projeto "vendia" uma experiência. Ele tinha sido treinado para projetar espaços pequenos, com o usuário em mente. Ele trata o extenso programa do hotel como um conjunto independente de áreas, inclusive esteticamente. Daí a colagem. Colagem de referências diversas que formava um todo sem nexo para os críticos, mas que agradava o seu público, do cliente aos hóspedes e visitantes. Cada sala era uma experiência, uma viagem a um lugar certamente “*away from home*”. Durante toda a sua vida Lapidus foi movido pela fantasia: na infância, com as cores e luzes do parque de diversão de *Coney Island*, no Brooklyn, Nova York; na adolescência, com o teatro e a cenografia no *Washington Square College Players*; na *Columbia University* e na profissão, pelos desenhos artísticos e arquitetônicos; como aposentado, com os seus livros: *Man's Three Million Years Odyssey* (New York: Vantage Press, 1989) e *A Pyramid in Brooklyn* (New York: Vantage Press, 1989).

Figuras 233 e 234 — Figura 233 — *Coney Island*, Luna Park, Brooklyn, Nova York, 1905, vista noturna. Figura 234 — *Coney Island*, Luna Park, Brooklyn, Nova York, 1908, vista diurna. Um dos poucos passeios de Lapidus na sua infância era quando seu tio o levava às escondidas ao parque de diversões *Coney Island*, Brooklyn, NY, um ícone ainda na sua memória.

Fonte: Figura 233 — Museum of the City of New York, Samuel H. (Samuel Herman) Gottscho. Figura 234 — Artstor, New York Historical Society, George P. Hall & Son photograph collection.

Figuras 235 e 236 — Figura 235 — *The Washington Square College Players*, grupo de teatro da *New York University* (NYU), em uma cena da peça *"At the Sign of the Greedy Pig"*, 1923. Morris Lapidus é o segundo à direita. Lapidus completou dois anos na NYU, tendo aulas de teatro com o objetivo de tornar-se cenógrafo, antes de cursar arquitetura na *Columbia University*. Figura 236 — Morris Lapidus no seu favorito canto no "atelier" na *Columbia University's School of Architecture*. É interessante notar que Lapidus utilizou o termo *atelier* referindo-se às aulas de projeto ou sala de projeto, uma influência francesa do seu curso de arquitetura com fundação e metodologia *Beaux Arts*. Atualmente, o termo "atelier" foi substituído pelo termo inglês "studio" em escolas de arquitetura, evidenciando o distanciamento do ensino classicista da profissão.

Fonte: Lapidus, 1996, p. 50 & p. 58.

Figuras 237 e 238 — Figura 237 — "My World at Five". Pintura do *Lower East Side* por Lapidus, 1973. "Minha pintura mostra as ruas do East Side onde eu cresci. Eu usei fotos do *Bettman Archive* para criar a atmosfera daquelas ruas dos guetos. Eu sou o menino na parte de baixo da pintura, à direita." É interessante observar o interesse de Lapidus em recriar cenas nostálgicas, como para esta pintura, por meio de pesquisas em arquivos. Exercício que ele desenvolveu habilmente para os seus projetos do setor da hospitalidade, lojas e hotéis. Figura 238 — Croquis, perspectiva e ilustração em cores, de Morris Lapidus, para uma floricultura dentro do hotel *Fontainebleau*.

Fonte: Figura 237 — Lapidus, 1996, p. 58. Figura 238 — The Bass Museum of Art, Miami Beach, FL.

5.2 ARQUITETURA COMO COLAGEM: ESCOLHAS E APROPRIAÇÕES

Morris Lapidus, com o objetivo de produzir experiências em seus usuários, utilizou mecanismos de projeto para criar as suas obras de arquitetura do setor da hospitalidade que, por sua vez, manifestavam materialmente essa cultura. Para criar espaços e formas que provocassem e estimulassem sensorialmente os usuários, essa arquitetura moderna tropical hoteleira do Sul da Flórida foi produto do processo de composição por colagem.

A colagem combina motivos pictóricos e fragmentos de origens desconectadas em uma nova entidade sintética que lança novos papéis e significados para as partes. Ela sugere novas narrativas, diálogos, justaposições e durações temporais. Seus elementos lideram vidas duplas; os ingredientes colados estão suspensos entre as suas essências originárias e os novos papéis atribuídos a eles pelo conjunto poético (PALLASMAA, 2014, p. IX, tradução nossa).

A colagem, como método de projeto, foi inconsciente em Morris Lapidus, dado que a sua arquitetura e os seus interiores não provinham de um método teórico-intelectual como, por exemplo, os princípios estéticos do *International Style* seguidos por gerações de arquitetos. O produto de uma arquitetura como colagem de Lapidus provem da sua formação e curiosidade nata de um *Renaissance man*, usada de maneira pragmática. Os seus variados precedentes de projeto advinham da circulação de ideias e de suas escolhas e apropriações de elementos de projeto com a busca primária de influenciar a formação de um grupo social. “Uma obra artística ou arquitetônica é conformada para ser uma justaposição de imagens, emoções e ambientes a fim de construir uma experiência espaço-temporal articulada e envolvente”, concluiu Pallasmaa (2014, p. IX, tradução nossa). Na arquitetura-colagem dos hotéis-balneários, a obra não é hermética, mas aberta à participação do usuário. Essas obras são interativas. Pallasmaa (2014, p. IX, tradução nossa), observa que “a consciência humana do usuário continua mudando de uma percepção e de um pensamento para o próximo, da realidade para o sonho, da associação à dedução e da lembrança à imaginação”. Na formação da sua identidade, a própria consciência do usuário é uma colagem em constante mudança de fragmentos mentais, mantidos unidos pela busca de sentido em si mesmo. Assim, “o próprio papel da arquitetura como molduras e cenários para as atividades humanas transforma-a em uma entidade mutante, uma

colagem em constante mudança de atividades, acabamentos e objetos” (PALLASMAA, 2014, p. IX, tradução nossa).

Os hotéis de Lapidus (da rua, passando pelo saguão, à área recreativa) são justaposições de materiais, texturas e cores arranjados em camadas: tanto nas camadas bidimensionais da composição das plantas e elevações internas como nas camadas que definem a tridimensionalidade dos espaços criados. É esse arranjo de materiais, cores e texturas que define nos hotéis de Lapidus a sua atmosfera genuína. A configuração geométrica espacial original da arquitetura, definida pela malha estrutural e pelo material bruto do concreto armado, é embrulhada por camadas de ornamento e que, por sua vez, são realçadas pela interação imaginativa do usuário. Ele buscou com a ornamentação da arquitetura transformar a abstração estrutural do edifício, possibilitando um cenário para uma situação vivida. É a ambientação como metáfora.

A ideia de colagem foi um método artístico consciente e deliberado em arquitetura da Renascença à fusão de imagens modernistas e vernaculares nas arquiteturas-*assemblages*¹³⁴ de Le Corbusier e Alvar Aalto, até os muros em colagem para o Belfort Theatre de Jean Nouvel e a renovação do *Neus Museum* em Berlin por David Chipperfield (PALLASMAA, 2014, p. X). A fusão altamente intelectual de imagens modernistas e vernaculares nas obras de Le Corbusier é aceitável pois favorece a legitimização da arquitetura moderna, mas as associações de imagens modernistas e historicistas na obra de Morris Lapidus eram incabíveis mesmo na segunda metade da década de 1950. A arquitetura-colagem dos hotéis-balneários de Lapidus, embora combine fortemente elementos do vocabulário da arquitetura de Alvar Aalto e Oscar Niemeyer, está mais próxima ao trabalho palimpséstico de Nouvel e Chipperfield. A maestria de Aalto e Niemeyer estava associado ao aspecto monumental do seu trabalho em busca pela autonomia das

¹³⁴ A *assemblage* é uma forma de arte geralmente criada em uma superfície definida que consiste em elementos tridimensionais que se projetam para fora. É semelhante a colagem que é um meio bidimensional. Tanto a *assemblage* como a colagem são obras de arte feitas agrupando objetos encontrados ou não relacionados.

curvas advinda de uma gestualidade nata de manipulação da forma, uma habilidade escultural-intelectual que as obras efêmeras e comerciais de Lapidus não exigiam. A sedução pelas expressivas arquiteturas curvilíneas de Aalto e Niemeyer foi refletida em um maneirismo quase obsessivo no processo de elaboração das plantas das áreas públicas dos hotéis, que resultou em um trabalho de superfície, não espacial. Como John Cook ([1970?], p. 13, tradução nossa) atentamente observou, “definir espaço com ornamento e criar espaço ornamental são iniciativas diferentes”.

Nesse sentido, o interior-colagem dos hotéis se aproxima do elaborado trabalho de superfície das fachadas do Belfort Theatre e das paredes internas do Neus Museum. As obras de Novel e Chipperfield refletem um trabalho quase artesanal em contrastar as novas camadas de contemporaneidade com as camadas históricas do edifício. Com essas obras buscou-se não apagar a história. Por contraste, a história é evidenciada e realçada pela materialidade contemporânea. A identidade de fragmentos contemporâneos justapostos a fragmentos históricos é mantida na *assemblage*. Materializa-se a memória histórica pelo contraste da evidência de um mundo contemporâneo. Nessa *assemblage*, ficam amalgamados a tradição e a contemporaneidade.

Lapidus atingiu um efeito palimpséstico no interior do saguão do hotel pela negação do fragmento moderno. Ele procurou suprimir qualquer vestígio do arcabouço da arquitetura moderna nos interiores do hotel e os definiu com ornamentos de motivos e temas históricos. Ele removeu os rastros do edifício moderno no interior, cobrindo-o tanto com materiais finos como materiais ordinários. Afinal, a colagem moderna havia incorporado na sua composição o uso de materiais do dia-a-dia. A escolha dos fragmentos da colagem dos saguões dos hotéis — materiais e objetos distintos — revela a evidência de tempo e lugar em que essas colagens foram construídas, bem como as referências simbólicas desses fragmentos. A arquitetura-colagem de Lapidus foi um método artístico que proveio da intenção de criar experiências diversas, porém com o objetivo constante de transportá-lo a lugares muito distintos da sua realidade, espaços que emanavam o símbolo da identidade que ele buscava. Seus espaços são conjuntos de unidades pré-existent, sugestivas de origens diferentes. Ao mesmo tempo, a arquitetura-colagem do hotel-balneário tendia a ter uma capacidade similar de estimular a imaginação do usuário, “como se todos os

fragmentos arrancados de seus ambientes iniciais implorassem ao espectador a dar-lhes de volta a sua identidade perdida” (PALLASMAA, 2014, p. X, tradução nossa).

O interior do hotel era um reflexo da efemeridade da sociedade de consumo. A amálgama de temas arquiteturais conflitantes à materialidade variada, refletida em uma riqueza de textura e cores, é o resultado do processo de colagem que obsessivamente buscava se distanciar das tensas e severas lógicas formais dos edifícios do *International Style*. “Um bom espaço não pode ser neutro, posto que uma esterilidade impessoal não alimenta a imaginação”¹³⁵ (TODD; LECAT¹³⁶, 2003 apud PALLASMAA, 2014, p. X, tradução nossa).

“A colagem permite uma densidade arqueológica e uma narrativa não-linear através da justaposição de imagens fragmentadas derivadas de origens irreconciliáveis” (PALLASMAA¹³⁷, 2000 apud SHIELDS, 2014, p. 1, tradução nossa). O processo de composição da arquitetura-colagem do hotel-balneário como um todo — arquitetura, interior e paisagismo — consiste na montagem de vários fragmentos de vocabulário distintos combinados de tal modo que a composição tem um novo significado, não inerente a qualquer dos elementos individuais. Nesse sentido, os elementos inspirados da arquitetura tropical de Oscar Niemeyer não são cópias ou imitações, mas fragmentos apropriados que adicionam à narrativa da obra. As réplicas de esculturas e os artefatos clássicos são também fragmentos de materiais históricos. Tanto o fragmento moderno retirado da Casa do Baile como o fragmento da réplica de uma escultura grega não tem valor individual. Ambos os fragmentos são desassociados de suas origens — moderna e clássica — mas, justapostos criam um novo significado, não inerente às suas origens.

De acordo com Diane Waldman (1992¹³⁸ apud SHIELDS, 2014, p. 2, tradução nossa) uma colagem tem vários níveis de significado: “a identidade original do fragmento

¹³⁵ Peter Brook, o diretor radical de teatro, deliberadamente demoliu o edifício *avant-garde* do seu teatro *Bouffes du Nord* em Paris para criar um associativo e emocionalmente responsivo espaço para performances teatrais.

¹³⁶ TODD, A.; LECAT, J. **The open circle**: Peter Brook’s theatre environments. New York: Palgrave MacMillan, 2003, p. 25.

¹³⁷ PALLASMAA, Juhani. Hapticity and time: notes on fragile architecture. **The Architecture Review**, May 2000, p. 78-84.

¹³⁸ WALDMAN, Diane. **Collage, assemblage, and the found object**. New York: Harry N. Abrams, 1992.

ou objeto e toda a história que traz consigo; o novo significado que ganha em associação com outros objetos ou elementos; e o significado que ela adquire como resultado de sua metamorfose em uma nova entidade.”

O primeiro significado da arquitetura-colagem do hotel-balneário, que está em manter a “identidade original do fragmento ou objeto e toda a história que traz consigo”, direciona a busca pelo símbolo de modernidade do cidadão de classe média no segundo pós-guerra. Para a arquitetura dos hotéis, as apropriações da obra de Niemeyer trouxeram os símbolos de modernidade e de tropicalidade. Os interiores em estilo “francês” incorporaram grandes lustres de cristal e réplicas de obras de arte, uma referência clássica que simbolizava luxo. O paisagismo do hotel *Fontainebleau* integrou as palmeiras ao jardim formal “francês”, unindo tropicalidade ao luxo. Como enunciava a publicidade do *Eden Roc*, conduzido pelo projeto de arquitetura, interiores e paisagismo, o hotel oferecia aos seus hóspedes a “elegância do mundo velho”, um símbolo de tradição de um mundo europeu, com o “charme da luxúria da Flórida”, um símbolo de modernidade e tropicalidade. A publicidade é, em essência, nostálgica, como nos lembra John Berger (1977, p.139). “Tem que vender o passado [tradição] para o futuro [modernidade]. Assim todas as suas referências estão ligadas à retrospectiva e à tradição. Haveria falta de confiança e credibilidade se fosse usada uma linguagem estritamente contemporânea.”

Por sua vez, a imagem de publicidade da modernidade pela arquitetura da hospitalidade estimulava a imaginação por meio de memória e expectativa. “Essas formas dinâmicas se referiam ao passado e antecipavam o futuro. A arquitetura-colagem de Lapidus transformou a arquitetura como um veículo de *merchandising*. Desde a década de 1930 ele havia entendido que “a publicidade é um sistema que propõe que as pessoas transformem a sua vida consumindo algo” e que “a publicidade os convence dessa transformação mostrando-os que para serem transformadas elas devem ser invejáveis. O estado de ser invejado é o que constitui o *glamour*. E a publicidade é o processo de fabricação de *glamour*” (BERGER, 1977, p. 31). A fabricação de *glamour* pelos agentes do hotel-balneário de Miami Beach foi desenvolvida com alto grau de sofisticação na sua totalidade: do *marketing* da marca à arquitetura como *merchandising*. A arquitetura do hotel atuava como uma marca de um produto, associada a uma narrativa projetual que buscava seduzir pelo *glamour*. O resultado é o que John Cook ([1970?]) denominou de “*Architecture as Intentional*

Nonsense". Na realidade, expressões com a ideia de "*Intentional Nonsense*" foram muito utilizadas pelo próprio arquiteto quando descrevendo as suas estratégias de projetos em suas biografias (1979, 1996). Pelo *glamour*, as soluções dos projetos do hotel buscavam vender lazer, uma forma de prazer da cultura de consumo do pós-guerra. Lapidus trouxe para o hotel a sua experiência em criar um espaço como uma "máquina para vender", parodiando Le Corbusier. Seus projetos para a modernização da loja e do hotel-balneários serviram de agente de publicidade, uma ferramenta político-econômica que ajudou a formar uma sociedade da cultura de consumo. Os hotéis, associados aos sentimentos de esperança, satisfação ou prazer, promoveram o simbolismo do que a sociedade acredita de si mesma. Lapidus completa, "a pessoa vem ao meu hotel buscando férias inesquecíveis. Elas querem sentir-se como milionários. Elas desejam que esta seja uma das maiores experiências da vida deles. Então eu os coloco em um palco, em todos as partes do hotel" (MARGOLIES, 1970, não paginado, tradução nossa).

A experiência sensorial arquitetural descrita por Steven Holl¹³⁹ (2006 apud SHIELDS, 2014, p. 2, tradução nossa) em relação à experiência urbana pode elucidar o que Lapidus buscava: "um agregado de experiências, animado pelo uso, por perspectivas sobrepostas, mudança de luz, sons e aromas. Da mesma forma, um único trabalho de arquitetura [...] é experienciado por meio de uma série de vistas parciais e experiências sintetizadas". Holl propõe que percebamos os artefatos humanos como um amálgama de fenômenos sensoriais entendidos através da experiência pessoal e não, completamente e objetivamente, através de uma análise formal. O hotel-balneário de Lapidus foi projetado para ser vivido e envolvido ao invés de ser apenas observado, dado que ele foi projetado para a interação física e sensorial com os seus hóspedes. A arquitetura-colagem resultante, portanto, pode servir de uma analogia representacional, oferecendo o meio de interrogar possibilidades espaciais e materiais.

O segundo aspecto listado por Waldman, o novo significado que a arquitetura-colagem do hotel-balneário "ganha em associação com outros objetos ou elementos" —a de

¹³⁹ HOLL, Steven et al. **Questions of perception: phenomenology of architecture**. San Francisco: William Stout, 2006, p.130.

partes esteticamente desconectadas — é o que incomodou a crítica moderna fundamentada nos dogmas do *International Style*¹⁴⁰. Para ilustrar, com o intuito de promover o hotel na mídia por ocasião da cerimônia de abertura do hotel *Fontainebleau*, foi convidado o prefeito da cidade francesa *Fontainebleau*. Depois de observá-lo analisando os interiores do hotel, Lapidus se aproximou do lustre convidado e perguntou a ele quais eram as suas impressões sobre o hotel. "*C'est une bouillabaisse*", respondeu o convidado. "*Aimez-vous la bouillabaisse, monsieur?*", perguntou Lapidus. O prefeito respondeu que sim, mas somente de vez em quando. Lapidus não interpretou como uma crítica negativa, afinal o hotel era para acomodar pessoas em férias! (LAPIDUS, 1996, p. 183). Morris Lapidus percebeu com clareza como a profissão da arquitetura recebeu o hotel *Fontainebleau*. As primeiras impressões vieram de conhecidos editores das revistas *Architectural Forum*, *Progressive Architecture* e *Architectural Record* que recusaram publicar artigos sobre o hotel *Fontainebleau* por este ser muito controverso e radical ou por violar todos os preceitos de qualidade em arquitetura, por ser avesso aos padrões reconhecidos como boa arquitetura. (LAPIDUS, 1996, p. 183-184)

O conceito de hibridismo de Peter Burke (2010, p. 23-28) ajuda a explicar o novo significado que a arquitetura-colagem do hotel-balneário “ganha em associação com outros objetos ou elementos”. O termo “hibridismo”, ou “processo de hibridização”, fundamenta-se no conceito de “estilos híbridos na arquitetura” e “artefatos híbridos” de Burke, que destaca duas questões gerais sobre a “discussão das imagens híbridas”. Primeiro, “a importância dos estereótipos ou esquemas culturais na estruturação da percepção e na interpretação do mundo”. Segundo, “a importância do que poderiam ser chamadas de ‘afinidades’ ou ‘convergência’ entre imagens oriundas de diferentes tradições”. Para Burke (2010, p. 24), portanto, a “criação de um estilo híbrido de arquitetura combina elementos de diferentes tradições”. Como no caso dos interiores do hotel *Fontainebleau*, “alguns exemplos de hibridismo arquitetônico ainda conseguem nos surpreender, quando não nos chocar”. A multivalência de condições espaciais e materiais inerentes à arquitetura-colagem oferece o potencial de uma multiplicidade de interpretação e experiências na obra resultante da arquitetura. John Cook é um raro exemplo de um historiador que

¹⁴⁰ Cf. Capítulo 2 deste trabalho.

buscou entender a obra de hospitalidade de Lapidus. Com a sua extensa pesquisa e entrevista com o arquiteto, após analisar os argumentos das várias críticas negativas à obra de Lapidus, ele concluiu que os argumentos de desaprovação usados em relação à aspectos do projeto, na realidade, eram soluções de projeto intencionais dadas à cada problema de projeto.

O terceiro significado que a colagem adquire como “resultado de sua metamorfose em uma nova entidade” refere-se à arquitetura singular de Lapidus que não foi passível de ser copiada. Essa obra singular é resultado da síntese de fragmentos não relacionados entre si cujo “processo de construção permanece evidente no trabalho resultante”¹⁴¹.

5.3 ARQUITETURA COM VESTUÁRIA ORNAMENTAL: AS PLANTAS DOS SAGUÕES DOS HOTÉIS-BALNEÁRIOS DE MIAMI BEACH NOS ANOS 1950

Poucas fontes primárias¹⁴² sobre a vasta obra de Morris Lapidus sobreviveram. Desacreditado pela crítica, ele descartou todo o seu arquivo de projetos em 1986 por ocasião da sua aposentadoria. A coleção especial da *Syracuse University “Morris Lapidus Papers”* é composta na sua maioria de documento textual. A tardia documentação das suas lojas deixou, na sua maioria, fotos das obras na cidade de Nova York. Dos cerca de mil e duzentos projetos¹⁴³, de uma carreira de seis décadas, ele resguardou uma pequena seleção de desenhos originais dos seus hotéis, além das suas fotos. Essa coleção revela a sua predileção pelos projetos dos hotéis, com atenção aos hotéis-balneários do Sul da Flórida,

¹⁴¹ O “processo de construção permanece evidente no trabalho resultante”. Cf. Estudo, por diagramas, das plantas dos saguões dos hotéis *Fontainebleau*, *Eden Roc* e *Americana-Bal Harbour* que ilustram o processo de colagem no final deste capítulo. Cf. 5.3 Arquitetura como Vestuário Ornamental: As plantas dos saguões dos hotéis-balneários de Miami Beach nos Anos 1950.

¹⁴² (1) “Morris Lapidus Papers”, Special Collection Research Center, Syracuse University Libraries, Syracuse, NY, Estados Unidos. (2) Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY, Estados Unidos.

¹⁴³ Hotéis (276), Edifícios Residenciais (210), Edifícios Públicos (62), Edifício de Escritórios (187) e Lojas/Shopping Centers (479). Fonte: Morris Lapidus photograph collection. Dept. of Drawings & Archives, Avery Architectural and Fine Arts Library. Columbia University, New York, NY.

e um interesse pelo projeto de interiores superior ao da arquitetura. Apesar da sua magnífica habilidade gráfica, a quase totalidade dos desenhos dessa coleção é de desenhos técnicos desenvolvidos por seu escritório. O destaque dos desenhos arquivados está nas plantas. A paixão de Lapidus estava nos interiores dos seus edifícios e no desenvolvimento das suas plantas. Era nos interiores dos edifícios e na elaboração meticulosa das suas plantas que o arquiteto sabia conduzir os seus usuários. Na sua autobiografia, Lapidus (1996, p. 294, tradução nossa) revelou: "meu trabalho [...] era sempre uma espécie de forma plástica moldada pela característica mais importante dos meus edifícios, os interiores, para os quais todos os edifícios são projetados".

Para a fundamentação do estudo das plantas modernas dos saguões dos hotéis *Fontainebleau e Eden Roc*, retornamos aos princípios estéticos do *International Style*, apresentados por BARR Jr. (1995, p. 29, tradução nossa):

Primeiro, "o volume do espaço fechado por planos ou superfícies finas, em oposição à sugestão de massa e solidez" é determinado pela grelha estrutural em concreto armado do edifício, um princípio que, em 1932, foi evidenciado pelas tecnologias do aço e do concreto armado que permitiam a planta livre em contraposição aos edifícios tradicionais de, por exemplo, paredes de alvenaria estrutural. Com o primeiro princípio, a arquitetura como volume, o efeito de massa e solidez estática desaparece. Em seu lugar há um efeito de volume, ou mais precisamente, de superfícies planas que delimitam um volume. Para tanto, o material deveria enfatizar a continuidade da superfície. A consistência geral do projeto e a sensação de superfície contínua são enfatizadas ao reduzir o contraste entre as seções transparentes e opacas das paredes delimitadoras. Os revestimentos ou os painéis de vidro das janelas deveriam ser semelhantes em textura e escala. A disciplina estética pregava que os edifícios deveriam ser uma composição de planos que formam um volume. Segundo, "a regularidade em oposição à simetria ou outros tipos de equilíbrio óbvio" está determinada também pelo primeiro princípio.

O estilo é um caráter, o estilo é expressão [...] O arquiteto que constrói no estilo internacional [ainda em letras minúsculas] busca mostrar o verdadeiro caráter de sua construção e expressar claramente sua provisão para a função. Ele prefere tal organização de sua composição geral, tal como o uso de materiais de superfície disponíveis e um tratamento de detalhes que aumentará em vez de contradizer o efeito principal da superfície de volume (HITCHCOCK Jr.; JOHNSON, 1995c, p. 58-59, tradução nossa).

O segundo princípio, relativo à regularidade, considerava que a composição das partes da arquitetura contemporânea também deveria ser ordenada de acordo com um princípio estético. Os suportes na construção do esqueleto estrutural, tipicamente, deveriam ser espaçados em distâncias iguais em um ritmo regular, antes da aplicação da superfície externa. "A boa arquitetura moderna expressa em seu projeto essa característica de ordenança de estrutura e essa semelhança de partes por uma ordem estética que enfatiza a regularidade subjacente. O mau projeto moderno contradiz esta regularidade" (HITCHCOCK Jr., JOHNSON, 1995c, p. 70)

Os diagramas de estudo das plantas dos saguões superiores e inferiores dos hotéis evidenciam, passo-a-passo, o seu processo de transformação, ilustrando o processo de colagem. Primeiramente, a planta livre moderna é evidenciada pelas rígidas grelhas estruturais delimitadas por formas retangulares. As formas curvilíneas foram posteriormente lapidadas no perímetro escultural do edifício, um processo meticuloso, até obsessivo, que se estende ao interior dos saguões. O resultado é a eliminação de qualquer vestígio visual do efeito estrutural das colunas pela ação da curvatura dos ângulos retos formados por duas paredes perpendiculares. Como na loja, esse trabalho de colagem, com efeito cinematográfico e teatral, foi trabalhado somente nas áreas públicas dos saguões. As áreas de serviços revelam a grelha estrutural, a primeira camada da composição.

Na construção em concreto armado, as colunas originais quadradas permaneciam visualmente separadas das superfícies das paredes, como prescrevia o princípio do *Style*. Lapidus eliminou tal efeito alinhando as paredes adicionadas às colunas ou as camuflando completamente. As novas formas arredondadas das colunas alargadas que, por vezes, permaneciam visualmente separadas da superfície da parede, convidada os usuários a explorar os espaços dos saguões, interferindo menos com a visão e provendo melhor circulação. Consequentemente, ele removeu o caráter do "volume do espaço fechado por planos ou superfícies finas" e restituiu "a sugestão de massa e solidez" com suas paredes curvas falsas e camadas de revestimento ornamental. Ele apagou o aspecto moderno do edifício com um gesto *Beaux-Arts*, reforçando o símbolo de tradição. Para completar, a vasta palheta de cores foi aplicada artificialmente, violando o princípio de manter a cor natural dos materiais. O uso de materiais naturais e o contraste proporcional

das paredes diferentes era desejado. As cores diversas em diferentes paredes enfatizavam demasiadamente o efeito da superfície, quebrando a unidade do volume. "Se a arquitetura não se assemelha a um *outdoor*, a cor deve ser tecnicamente e psicologicamente intrínseca aos materiais" (HITCHCOCK Jr.; JOHNSON, 1995c, p. 87-88). Os hotéis de Lapidus buscavam ser um *outdoor*. O uso de cores fortes e vivas era um dos princípios dos projetos de Lapidus, associados ao uso de curvas, ornamento e luz.

Os autores do *International Style* reconheciam, no entanto, que os propósitos variados que a maioria dos edifícios serve não podem ser completamente regularizados. Na maioria dos casos, dentro de uma estrutura tão regular quanto possível e usando partes similares, o arquiteto poderia atender muitas funções variadas relacionando-as entre si. "Em um hotel, por exemplo, embora as suites, consideradas como unidades, se repitam, os saguões, restaurantes e cozinhas que servem todo o edifício estão em uma escala totalmente diferente" (HITCHCOCK Jr.; JOHNSON, 1995c, p. 70). "Assim, tecnicamente, o principal problema arquitetônico de distribuição é ajustar as demandas irregulares e desiguais de função para construção de um uso regular de peças padronizadas" (HITCHCOCK Jr.; JOHNSON, 1995c, p. 71). O princípio da regularidade depende da regularidade típica do esqueleto estrutural implícito na construção moderna. "O objetivo é ajustar de forma racional a provisão para funções irregulares e obter uma estrutura regular que expresse esse ajuste em um projeto claro e consistente" (HITCHCOCK Jr.; JOHNSON, 1995c, p. 73).

Nosso estudo das plantas dos saguões dos hotéis *Fontainebleau* e *Eden Roc* revela que a regularidade da estrutura é mantida em escala de acordo com cada função do hotel antes do arquiteto a esconder sob uma vestimenta de camadas de decoração, ornamentos, cores, materiais e texturas. Na planta do hotel, intencionalmente perde-se a regularidade visível e consistente. O maneirismo de Lapidus buscava eliminar a regularidade estabelecida pela malha estrutural. O grau de interesse almejado em seduzir o cliente dificilmente poderia ser determinado por uma teoria preestabelecida.

Similarmente, a planta do elaborado jardim formal do *Fontainebleau* não tem lugar em conexão com o *International Style*. A plantação necessária deveria manter as linhas retas e evitar a imitação de irregularidades naturais e os caminhos deveriam ser definidos para uma comunicação eficiente, não com curvas pitorescas. A função recreativa de áreas de

e evitar a imitação de irregularidades naturais e os caminhos deveriam ser definidos para uma comunicação eficiente, não com curvas pitorescas. A função recreativa de áreas de jardins requeria um plano geométrico simples. A estética de ângulos retos derivados da arquitetura deveria ser aplicada ao projeto paisagístico buscando o contraste do fundo natural. Os jardins modernos deveriam ser tratados como parte da arquitetura, cujos recursos transformariam esses jardins em salas de estar ao ar livre (HITCHCOCK Jr.; JOHNSON, 1995c, p. 89).

Na relação planta-elevação, os eixos de muitas áreas públicas dos hotéis evidenciam um grande pecado moderno: o cultivo da assimetria por motivos decorativos, "a marca de um arquiteto moderno ruim". O absurdo intencional de Lapidus "só pode ser feito em detrimento da consistência comum e do senso comum" dado que o esqueleto estrutural é um esquema de proporção íntegra que informa um edifício moderno concebido de forma abrangente. "Uma rede geométrica de linhas imaginárias em planta e em elevação [linhas reguladoras] compõe as diversas partes e harmoniza os vários elementos em um único todo. (HITCHCOCK Jr.; JOHNSON, 1995c, p. 73-74)

O desenvolvimento das possibilidades estéticas do *International Style* refletiu no uso de formas oblíquas e arredondadas em planta e fachada. Tal "violação da regularidade rígida" (HITCHCOCK Jr.; JOHNSON, 1995c, p. 76), empregada em divisórias interiores curvas e oblíquas, muitas vezes tornaram possível o ajuste mais complexo do espaço disponível à função sem, no entanto, interferir com o espaçamento regular dos suportes isolados. A incorporação de curvas ou linhas oblíquas foi aplicada com genialidade na Villa Garches por Le Corbusier e na residência Tugendhat por Mies, que meticulosamente as acomodaram nas linhas reguladoras da planta e elevação das casas. O resultado são a curva e a linha diagonais que nascem da rigidez da malha geométrica. Os autores do *International Style* alertaram que esse gesto ocorre, normalmente, em obras monumentais. "Onde o arquiteto se sente justificado em buscar uma expressão fortemente pessoal, as curvas estarão entre os elementos que dão, com certeza, um valor extremo estético, positivo ou negativo" (HITCHCOCK Jr.; JOHNSON, 1995c, p. 76). As curvas, que rompem a rigidez do esqueleto estrutural em planta nos hotéis de Lapidus, ao contrário, provém dos ensinamentos do professor Hamlin no *Every Hall* da escola de arquitetura da

Columbia University que incutiu no arquiteto o amor à arquitetura tradicional (LAPIDUS, 1996, p. 59-61).

Como resultado, Lapidus violou por completo o terceiro princípio do *Style*, “a dependência da elegância intrínseca dos materiais, da perfeição técnica e das finas proporções, em oposição ao ornamento aplicado”, em uma obsessão anti-Mies. O ornamento aplicado nas paredes falsas e nos revestimentos das colunas arredondadas e alargadas, um gesto da sua formação *Beaux-Arts*, intencionalmente aniquilou a “dependência da elegância intrínseca dos materiais” e a “perfeição técnica e das finas proporções” implícita na malha das colunas quadradas do edifício. O interior moderno do edifício foi transformado em camadas de ornamento aplicado, um ato classicista que se estendeu à fachada proto-moderna da loja e se ampliou no interior do hotel.

O ornamento aplicado dos arquitetos proto-modernos do início do século XX era considerada uma violação funcionalista, resultado da “teoria da utilidade-e-nada-mais do projeto com zelo ascético. O pós-funcionalismo já foi sugerido como um nome para o novo Estilo, mais preciso e geneticamente descritivo do que 'Internacional'” (BARR Jr. 1995, p. 30, tradução nossa). Barr Jr. continuou no seu prefácio da edição do livro *The International Style* em 1932:

Arquitetos de arranha-céus americanos, com cínico bom humor, estão dispostos a rotular o seu ornamento “funcional”, capricho de fachada — “uma função do edifício é agradar o cliente”. Somos convidados a levar a sério o gosto arquitetônico de especuladores imobiliários, agentes de aluguel e corretores de hipotecas! (BARR Jr. 1995, p. 30, tradução nossa)

O livro inicia com “a ideia de estilo”. Os autores Hitchcock Jr. e Johnson (1995c, p. 34-36) pregavam que os “estilos” (com aspas) revividos eram apenas um “vestuário decorativo para a arquitetura”. E apontavam que o “desenvolvimento da engenharia e da construção prosseguiram independentemente das formas arquitetônicas clássicas que foram emprestadas do passado. Portanto, “o estilo contemporâneo [o Estilo Internacional], que existe em todo o mundo, é unificado e inclusivo, não fragmentário e contraditório. Após vinte anos, os princípios do *International Style* ainda estavam arraigados na elite que dominada o pensamento da arquitetura nas instituições educacionais e profissionais. Para a mídia “especializada”, sob os dogmas do *Style*, os hotéis de Lapidus não eram

obras unificadas e inclusivas, mas fragmentárias e contraditórias posto que ele uniu a tecnologia moderna do concreto armado com o ornamento clássico.

Para os autores, o desenvolvimento da arte do projeto arquitetônico era independentemente da imitação. O projeto teria que ser libertado do controle do passado. Lapidus fundiu a tradição no projeto moderno. Eles pregavam que para praticar a arte da arquitetura haveria que acompanhar a ciência da construção. O funcionalismo, portanto, atendia somente ao aspecto da construção como ciência, mas sua arquitetura não era considerada uma obra de arte já que não seguia os princípios estéticos do estilo (no livro ainda com "e" minúsculo), os elementos estéticos da arquitetura (HITCHCOCK Jr., JOHNSON, 1995c, p. 49). Com o objetivo de criar um Estilo, com "E" maiúsculo, os autores observaram que na América, "para os funcionalistas americanos, a arquitetura não é uma arte, mas sim uma técnica subordinada da civilização industrial." Para um estilo pós-funcionalista, "o ornamento adicionado após o trabalho ser feito não se coaduna com a relação direta da função e da estrutura", referindo-se aos novos arranha-céus que utilizavam o ornamento para "obscurecer o vazio essencial da composição do edifício". Continuaram treinando a mídia especializada e descriminando os arquitetos pragmáticos: "Os críticos devem ser articulados sobre problemas de projeto; mas os arquitetos cujo treinamento é mais técnico do que intelectual, podem dar ao luxo de estar inconscientes dos efeitos estéticos que produzem". Para os autores, os funcionalistas da América afirmavam ser primeiramente construtores. "Eles estão prontos, para desfazer a sua construção com um projeto arquitetônico ruim se o cliente o exigir [...] ou reivindicar [...] a ampla justificativa sociológica que existe para a habitação dos trabalhadores, as escolas e os hospitais" (HITCHCOCK Jr.; JOHNSON, 1995c, p. 52-53). O livro pregava a ideia de um Estilo e anunciava os seus princípios, "educando" os críticos e alertando os funcionalistas que não seguiam os seus dogmas. E o hermetismo da crítica se rompeu somente quatro décadas depois.

O terceiro princípio, evitar a decoração aplicada, alertava que o ornamento aplicado era um elemento de decoração. A arquitetura, porém, nunca se absteve do ornamento. Como decoração, poder-se-ia considerar não apenas o ornamento aplicado, mas todas as características incidentais do projeto que proporcionam interesse e variedade ao conjunto. Para o *International Style* havia duas formas diferentes de decoração para aquela

arquitetura contemporânea: os detalhes arquitetônicos e o uso de obras de pintura ou escultura. O detalhe arquitetônico fornecia a decoração da arquitetura contemporânea. A originalidade de Mies estava no ideal da modernidade expressa através do rigor da sua geometria, da precisão dos elementos e da clareza da sua montagem.

As pinturas e esculturas usadas em edifícios modernos não deveriam se degenerar em mero ornamento aplicado. A pintura não deveria quebrar a superfície da parede desnecessariamente, permanecendo uma entidade independente da arquitetura. A escultura também não deveria ser fundida com a arquitetura, devendo reter a sua própria personalidade, separada do seu fundo. "É particularmente importante que a escultura deva ser isolada, pois se é aplicada a sua sugestão de massa sólida é estendida sobre a superfície da parede que decora" (HITCHCOCK Jr.; JOHNSON, 1995c, p. 85). Lapidus decorou a parede circular da escada de concreto armado do *Fontainebleau* com uma fotomontagem de uma obra do Piranesi. As várias esculturas espalhadas pelos saguões dos hotéis ou foram aplicadas às superfícies das paredes ou não contrastavam com as camadas de decoração.

O exemplo ideal de uso de escultura no espaço arquitetônico moderno era uma reprodução em bronze da peça intitulada *Dawn* de Georg Kolbe, contemporâneo de Mies. Sabiamente colocada em uma extremidade do pequeno lago do Pavilhão Barcelona, a escultura se reflete não só na água, mas também no mármore e no vidro, criando assim a sensação de que se multiplica no espaço, enquanto suas curvas contrastam com a pureza geométrica do edifício (FUNDACIÓ..., 2016).

Para o *International Style*, a essência da arquitetura reside na relação dos vários tipos de projeções geométricas. As realidades da função influenciam principalmente a planta, mas a expressão da função deveria também refletir nas elevações. O caráter essencial da planta seria apreender a partir do exterior do edifício. A aplicação total do princípio da regularidade às plantas e aos cortes induziria a constância das fachadas. Sendo que o bom resultado dependeria de boas proporções, as elevações deveriam ser estudadas sozinhas, tanto quanto as plantas e os cortes (HITCHCOCK Jr.; JOHNSON, 1995c, p. 96).

Para os funcionalistas, entretanto, os exteriores (fachadas) crescem a partir das plantas tornando-se, portanto, as vestimentas das plantas:

"O exagero contemporâneo da importância da planta é principalmente um jogo do arquiteto. O jogo foi bem jogado na *École des Beaux-Arts*, muito antes da criação da arquitetura moderna. Isso levou a uma arquitetura muito unilateral, uma vez que a maior parte do seu interesse e beleza só pode ser apreciada no papel" (HITCHCOCK Jr.; JOHNSON, 1995c, p. 96-97, tradução nossa).

As inovações em planta do *International Style*, para espaços amplos, estariam relacionadas tanto a partir do ponto de vista funcional como a partir da estética, concentradas em dois tipos de interiores. Primeiro, "o interior do volume do edifício, consistindo em todo o conteúdo do edifício ou de uma parte considerável dele" como no caso dos interiores monumentais de igreja e teatros. Neste caso, a escala da arquitetura domina o interior. As paredes internas são as paredes exteriores. Segundo, "os interiores que se abrem entre si sem partições circunscritas definitivas", como as plantas neoplasticistas de Mies, que estimulam a unidade e a continuidade de todo o volume dentro do edifício. A independência das paredes divisórias e a sua variação de tamanho e localização contrasta com a regularidade das partes isoladas. O fluxo de função e a relação de uma função com outra podem ser claramente expostos. (HITCHCOCK Jr.; JOHNSON, 1995c, p. 97-98).

O detalhado estudo, por diagramas, das plantas dos saguões dos hotéis-balneários *Fontainebleau* e *Eden Roc*, no Sul da Flórida, revela o processo de Morris Lapidus de aniquilar o conceito da planta livre moderna existente no projeto moderno tropical do edifício do hotel pelo retorno à tradição por meio de decoração das superfícies dos forros, paredes e pisos dos seus saguões e por meio de ornamentação abundante.

Uma obra de arquitetura é sempre, de início, caracterizada pela particularidade do seu contexto cultural de origem. O hotel-balneário de Lapidus no segundo pós-guerra no Sul da Flórida é marcado historicamente e geograficamente pela época e pela característica do "espírito do povo" do qual ela se originou. A arquitetura de Lapidus nasceu, portanto, de ambas as realidades, a do particular (a modernização do hotel no segundo pós-guerra) e a do universal (o elemento de alteridade do *International Style*), caracterizando um meio-termo: uma obra singular e individual. As obras singulares de Lapidus, ao mesmo tempo enraizadas na cultura de origem do segundo pós-guerra em Miami, não

se distanciavam do modelo universal do *International Style*. Elas não aceitavam mais prender-se ao particular que formava a situação inicial, nem a um universal abstrato europeu. A obra de Lapidus não é nem o artesanato local, nem o universal desencarnado. É essa singularidade e essa individualidade, nem apenas particular, nem inteiramente universal, que caracterizam a obra única de Lapidus. Nunca amamos o particular enquanto tal, tampouco o universal abstrato e vazio.

Hotel *Fontainebleau*, croquis #10, solução final, de Morris Lapidus.
Fonte: "Morris Lapidus Papers", Special Collection Research Center,
Syracuse University Libraries, Syracuse, NY.

6

CONSIDERAÇÕES FINAIS

“A arquitetura tem sido duramente pressionada para manter o seu discurso digno em uma sociedade em que o domínio público dificilmente existe e em que a continuidade da vida, como um repositório de valores do mundo, torna-se cada vez mais instável. É obviamente difícil sustentar a legitimidade da arquitetura em uma sociedade que está constantemente sendo dominada pelas inovações da ciência tecnológica, pela mudança demográfica e pelos ciclos de produção e consumo que a constante modernização serve para sustentar”

— Kenneth Frampton¹⁴⁴

(FRAMPTON, 1991 apud DIJK, Hans van, 1995, p. 6, tradução nossa).

¹⁴⁴ FRAMPTON, Kenneth. Reflections on the autonomy of architecture: a critique of contemporary production. In GHIRARDO, Diane (Ed.). **Out of Site: A Social Criticism of Architecture**. Seattle: Bay Press, 1991.

A arquitetura hoteleira de Morris Lapidus no Sul da Flórida é identificada neste trabalho como sendo representativa da imagem da arquitetura moderna de Miami no segundo pós-guerra. Essa identidade da cidade, pela imagem da sua arquitetura moderna hoteleira, por sua vez, é um reflexo da própria imagem de Miami Beach como um *American Playground*, uma histórica expressão nacional que a identifica pela sua função principal de recreação de uma cidade-balneário. A formação urbana de Miami Beach e a sua evolução como cidade é fundamental para entender a sua significância cultural e social, especialmente pela reformulação da sua concepção de hotel-balneário como centro da vida recreativa da nação nos anos 1950. Pelo estímulo ao consumo de um estilo de vida de prazeres, associados ao lazer e a recreação, esses hotéis-balneários do segundo pós-guerra de Lapidus surgiram como veículos que ajudaram a formar a cultura nacionalista, otimista e progressista, incentivada pelo governo federal.

A tipologia do hotel-balneário moderno de Lapidus do segundo pós-guerra é uma ampliação do projeto moderno da loja da *Main Street* norte-americana da Depressão. A evolução da obra do setor da hospitalidade de Lapidus que culmina no hotel-balneário é examinada a partir da relação entre cultura de consumo e arquitetura. A *Main Street* foi o centro da vida social e comercial da nação nos anos 1930. Miami Beach foi o centro recreativo da nação no segundo pós-guerra. As lojas e os hotéis modernos de Lapidus contribuíram para a formação da identidade dos afluentes grupos sociais de ambos períodos históricos. A busca pelo que significava ser “*American*” nesses períodos históricos de grande otimismo nacional definiu o conceito de modernidade dessa sociedade. A máquina de modernização do governo federal ofereceu as ferramentas para que toda uma nação embarcasse em um projeto que pudesse definir a sua posição a nível mundial.

Nesse contexto histórico, este trabalho considera como o *marketing* e o consumismo, do comércio da loja ao hotel; o aumento do poder aquisitivo da emergente classe média, impulsionado por incentivos governamentais e a consequente formação de um novo mercado (o fortalecimento da burguesia nos anos 1930 e da classe-média na década de 1950); novos métodos e materiais da construção, proveniente da indústria da guerra; e a abertura de rodovias e a popularização do automóvel definiram a paisagem construída, ambos socialmente e fisicamente, nos Estados Unidos no século XX. Esse jogo di-

nâmico das forças culturais e econômicas estava ativo no comércio das lojas da *Main Street* na Depressão e na recreação dos hotéis-balneários de Miami Beach nos anos 1950. O interesse do mercado imobiliário e dos agentes da indústria da construção utilizou a ideia de progresso traduzida como modernização para manter o valor imobiliário da propriedade e estimular a atividade do setor da construção, a promoção de vendas e o consumismo durante a Depressão, fundamentada na relação da preocupação da modernização das lojas com a psicologia do consumidor e o estilo da arquitetura. Da mesma forma, em Miami Beach, o interesse do mercado imobiliário e dos agentes da indústria da construção levou à modernização — pela derrocada das mansões dos novos-ricos das primeiras décadas do século XX, impulsionada pela popularização da indústria da recreação que incentivou a construção dos hotéis-balneários — e à preservação desses monumentos históricos da modernidade dos anos 1950 cinquenta anos depois.

A revisão histórica feita por este trabalho é também proveniente das leituras da recente bibliografia sobre o *Miami Modern-MiMo* — cujo termo é aqui apresentado como um produto desse debate — e sobre a obra de Morris Lapidus, que ainda alimenta a histórica polêmica em torno de sua arquitetura moderna hoteleira. Hoje a sua obra é aceita, devido à uma oportuna caricaturização que ajuda a “vender” o modernismo imobiliário da cidade. A obra de Lapidus não conseguiu se abster dos paradoxos. Criada como mercadoria de consumo para a sociedade do seu tempo, a “fantasia Lapidus” de genuína efemeridade, típica do setor da hospitalidade, sobreviveu. Ainda hoje a imagem da arquitetura moderna tropical do hotel-balneário de Lapidus simboliza a imagem de Miami. Soma-se à sua arquitetura-adjetivada a “marca” da arquitetura *MiMo*.

Partindo do contexto sociocultural da obra hoteleira de Lapidus, à guisa de conclusão, é oportuno discutir as contribuições da tese. O reexame dessa obra é parte do contínuo processo de repensar a herança moderna. Rediscutir o Modernismo por intermédio do estudo dos hotéis-balneários de Lapidus do segundo pós-guerra em Miami é uma das contribuições deste trabalho, bem como foi um dos seus desafios, dado que essa obra já havia sido condenada pela historiografia moderna. Daí a necessidade de retornar ao momento histórico em que esses hotéis foram produzidos e fazer uma releitura do *International Style*, a única vertente ideológica que fundamentou o criticismo sobre essa obra em estudo. As teorias e dogmas do *International Style*, portanto, fundamentam

a narrativa da tese expondo a sua dialética com a obra de Lapidus. A seleção da revisão bibliográfica sobre essa obra remete-se às publicações da época, que unanimemente a desclassificaram como uma obra moderna. O excesso de desaprovação foi unicamente baseado pelos dogmas modernos vigentes preestabelecidos pelo *establishment* do *International Style*. Instituições culturais e educacionais, juntamente com organizações profissionais, controlaram a mídia que estigmatizou a figura de Lapidus e a sua produção arquitetônica. Essa avalanche de criticismo negativo colocou a obra de Lapidus em evidência, deixando três grandes consequências para a historiografia:

Primeiro, a exagerada e agressiva desaprovação à sua obra trouxe à tona o mal-estar da seleta comunidade arquitetônica que já sentia a vulnerabilidade do seu *status quo*. A extravagância da obra de Lapidus, expressa pelo acentuado uso de curvas fluidas, cor, luz e ornamento, foi alvo fácil. O estado de insegurança dessa classe dominante da arquitetura deu espaço para que grupos de ideologias opostas se manifestassem o que contribuiu com a culminação da divisão ideológica entre modernistas e pós-modernistas nos anos subsequentes. Dentro desse cenário binário da arquitetura, a obra de Lapidus foi usada para fortalecer o grupo emergente. A crítica positiva à sua obra a classificou como proto-pós-moderna. Dessa aceitação tardia e descontextualizada emergiu uma caricaturização da sua obra. É esse tom pitoresco e burlesco que permeia a recente bibliografia, até os textos mais sérios, que foi impulsionada pelo ressurgimento da arquitetura moderna de Miami na mídia, que culminou na marca *Miami Modern*. Até o próprio Lapidus, à busca de aceitação, incorporou essa vertente crítica de sua obra hoteleira, a única favorável, na fundamentação das suas duas autobiografias de 1979 e 1996. Seu trabalho havia se tornado permissível e aceitável no contexto da pós-modernidade. Foi um desafio constante se afastar desses *clichés* e do vocabulário satírico e superficial que adjetiva a sua obra. Outras contribuições desta tese, portanto, estão no estudo da arquitetura moderna do Sul da Flórida, historicamente negligenciada, e na identificação de valores na obra de Lapidus como um significativo exemplo de arquitetura moderna no contexto do segundo pós-guerra. Uma obra representante do seu tempo.

Segundo, a obra formativa de Lapidus, os quinze anos do período das lojas, foi negligenciada pela historiografia. Um vasto inventário de quase quinhentas lojas foi esquecido ou abandonado pelos historiadores e críticos que haviam enxergado pouco va-

lor nas suas obras hoteleiras. Lapidus foi o primeiro arquiteto norte-americano a traduzir a modernização dos anos 1930 no projeto da fachada e do interior da loja moderna que recriou o contexto cultural e social da *Main Street*. No entanto, ele acreditava que o projeto de lojas não era arquitetura, afinal a classe de arquitetos prezava a monumentalidade e a individualidade egocêntrica expressas no arquiteto Howard Roark, o protagonista do *The Fountainhead*. Lapidus teve pouca consciência do valor dos seus projetos de lojas e, portanto, começou somente tardiamente, na década de 1940, a documentar os seus projetos. Outra contribuição desta tese é resgatar parte desses negligenciados projetos de lojas que fundamentaram o projeto do hotel-balneário.

Terceiro, a perda de autoconfiança de Lapidus com a crítica feroz, refletida no seu trabalho, culminou na quase total destruição do seu arquivo de projetos por ocasião da sua aposentadoria em meados da década de 1980. Outro desafio deste trabalho foi buscar resgatar novos materiais em arquivos que tornassem este trabalho inédito, indo muito além das repetitivas fotos usadas em raros artigos sobre a sua obra hoteleira. Um aspecto inédito desta tese, além do uso de fontes primárias, é o estudo das plantas dos seus hotéis-balneários de Miami Beach, aspecto fundamental para entender o projeto moderno tropical do hotel-balneário do segundo pós-guerra.

A atitude eminentemente pragmática da sua obra comercial, associada ao forte desejo de satisfazer o seu público, que o afastou da comunidade da arquitetura, contribuiu para o registro marginal da sua obra pela historiografia. Certamente, essas consequências historiográficas fecharam as portas a jovens pesquisadores e às instituições que eles representam. Pela falta de apoio institucional e de exposição favorável à sua obra, este trabalho acadêmico é o único associado a um programa de arquitetura de uma universidade, de que temos conhecimento até este momento, outra contribuição desta tese.

Buscou-se entremear na narrativa da tese a voz ativa do arquiteto que está constantemente presente buscando explicar, por vezes até entender, a sua obra. Aproxima-se o leitor à obra do arquiteto pela sua constante presença. Um dos fatores que motivou esta pesquisa sobre os hotéis de Lapidus foi a forte relação arquiteto-obra. O carisma de Lapidus, advinda de uma rara sinceridade em expor a sua insegurança, incomum em arquitetos, apresenta uma relação muito íntima com a sua obra que, por sua vez, está refletida na sua arquitetura moderna única.

A dialética entre a formação de Lapidus centrada na tradição das *Beaux-Arts* e os seus anseios em buscar ser moderno para se inserir na profissão definem o seu percurso histórico e a sua obra. A fonte de modernidade dos seus hotéis tropicais advém da comprovada apropriação de elementos do vocabulário da arquitetura formativa de Oscar Niemeyer de Pampulha. Aos 52 anos, em outro momento de insegurança profissional por ocasião do projeto do seu primeiro edifício, o hotel *Fontainebleau*, é na arquitetura “livre” de Niemeyer de curvas moldadas pelo concreto que ele encontrou a expressão moderna do hotel-balneário e da modernidade do homem comum do segundo pós-guerra. A busca de referência na obra de Niemeyer deu confiança a Lapidus em um momento em que a sua carreira se expandia da arquitetura de interiores à arquitetura. A tese evidencia a interface dessa arquitetura moderna brasileira com a arquitetura de Lapidus da década de 1950, em Miami Beach. Portanto, este trabalho se distancia da trajetória recorrente de buscar referências europeias ou norte-americanas na arquitetura moderna brasileira. Outra contribuição da tese é ampliar a exposição da arquitetura moderna brasileira no exterior.

O estudo da obra hoteleira de Lapidus, portanto, requer um estudo arqueológico. Há que a estudar pelas entrelinhas do texto da sua arquitetura. O processo de colagem, pelo hibridismo de formas esteticamente desconectadas, formou uma obra palimpséstica. Há que decifrar as suas várias camadas para chegar à sua essência moderna. Parafraseando o seu professor Corbet da *Columbia*, “o *Fontainebleau* é um edifício moderno, a vestimenta eclética não o muda”. Os hotéis *Fontainebleau*, *Eden Roc* e *Americana-Bal Harbour* são edifícios modernos. São obras modernas que refletem a modernidade do seu tempo.

"Os edifícios evocam [...] histórias e detalhes da vida que,
de outra forma, permaneceriam velados.
Estou interessada nos traços da ocupação humana,
o resíduo da memória. "
— Ilze Wolff
(BERLANDA, 2018)

REFERÊNCIAS¹⁴⁵

ARQUIVOS

COLUMBIA UNIVERSITY AVERY ARCHITECTURAL AND FINE ARTS LIBRARY. **Morris Lapidus Photograph Collection**. Dept. of Drawings & Archives. Nova York, NY.

SMITHSONIAN INSTITUTION. **Architectural League of New York Records**. Archives of American Art. Washington, D.C.

SYRACUSE UNIVERSITY LIBRARIES. **"Morris Lapidus Papers"**. Special Collection Research Center. Syracuse University, Syracuse, NY.

MONOGRAFIAS

ARCHITECTURAL LEAGUE OF NEW YORK RECORDS, 1880s-1974, bulk 1927-1968. **Archives of American Art**: Smithsonian Institution. Washington, D.C., Box 65, Folder 68, "Architect With a Camera Visits South America" Exhibition and Luncheon (Aug. 28 - Sept. 15, 1950) 1950.

BARR Jr., Alfred H. et al. **Modern architects**. New York: Museum of Modern Art-W. W. Norton & Company, 1932.

BARR Jr., Alfred H. Foreword. In: BARR Jr., Alfred H. et al. **Modern architects**: edição fac-similada do catálogo da primeira exposição de arquitetura do MoMA, de 1932. Ed. fac-sim. Lisboa: Athena-Babel, 2011a. p. 12-17.

BARR Jr., Alfred H. et al. **Modern architects**: edição fac-similada do catálogo da primeira exposição de arquitetura do MoMA, de 1932. Ed. fac-sim. Lisboa: Athena-Babel, 2011b. 200 p.

BARR Jr., Alfred H. Foreword. In: HITCHCOCK Jr., H. **Painting toward architecture**: the Miller Company collection of abstract art. New York: Duell, Sloan and Pearce, 1948. p. 8-10.

BARR Jr., Alfred H. Preface. In: HITCHCOCK Jr., H.; JOHNSON, P. **The International Style**. New York: W. W. Norton & Company, 1995. p. 27-32.

¹⁴⁵ De acordo com a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT NBR 6023).

BASS MUSEUM OF ART (Miami Beach, FL). **Seventy years of Miami architecture**. Hialeah: The Central Press, 1991. 96 p.

BERGDOLL, Barry. Layers of polemic: MoMA's founding international exhibition between influence and reality. In: BERGDOLL, B.; SARDO, D. **Modern architects: an introduction**. Lisboa: Athena-Babel, 2011. p. 23-30.

BERGER, John. **Ways of seeing**. London: Penguin Books, 1977. 165 p.

BIONDI, Joann. **Miami Beach memories: a nostalgic chronicle of days gone by**. Guilford: Morris Book Publishing, 2007. 177 p.

BRAMSON, Seth. **Miami Beach**. Charleston: Arcadia Publishing, 2005. 128 p. (Série Images of America). 128 p.

BRUNA, Paulo J. V. **Os primeiros arquitetos modernos: habitação social no Brasil 1930-1950**. São Paulo: EDUSP, 2010. 262 p.

BURKE, Peter. **Hibridismo cultural**. Tradução Leila Souza Mendes. 3. ed. São Leopoldo: Unisinos, 2010. (Coleção Aldus, 18). 116 p.

CITY OF MIAMI BEACH, Design and Historic Preservation Division. **Ocean Beach historic district: designation report**. Miami Beach: City of Miami Beach Planning Department, Oct. 1995.

CITY OF MIAMI BEACH. **Palm View Historic District: designation report**. Miami Beach: City of Miami Beach Planning Department, Feb. 1999.

CITY OF MIAMI BEACH—Design, Preservation & Neighboord Planning Division. **North Beach Resort Historic District: designation report**. Miami Beach: City of Miami Beach Planning Department, Aug. 2003.

CITY OF MIAMI BEACH. **Morris Lapidus mid-century Historic District: designation report**. Miami Beach: City of Miami Beach Planning Department, 14 July 2009.

COOK, J. W.; KLOTZ, H. **Interview: Morris Lapidus & Alan Lapidus**. [1969?]. 54f. [Miami Beach], [1969?]. Datilografado.

COOK, John W. **Morris Lapidus: architecture as intentional nonsense**. [1970?]. 66 f. A departamental paper - Department of History of Art, Yale University, New Haven, [1970?]. Datilografado.

COOK, J. W.; KLOTZ, H. Introduction. In:_____. **Conversations with architects:** Philip Johnson, Kevin Roche, Paul Rudolph, Bertrand Goldberg, Morris Lapidus, Louis Kahn, Charles Moore, Robert Venturi & Denise Scott Brown. 2nd ed. New York: Praeger, 1973. p. 9-10.

COOK, J. W.; KLOTZ, H. Morris Lapidus & Alan Lapidus. In:_____. **Conversations with architects:** Philip Johnson, Kevin Roche, Paul Rudolph, Bertrand Goldberg, Morris Lapidus, Louis Kahn, Charles Moore, Robert Venturi & Denise Scott Brown. 2nd ed. New York: Praeger, 1973. p. 147-177.

CULOT, M.; LEJEUNE, J. (Ed.). **Miami:** architecture of the tropics. New York: Princeton Architectural Press, 1993. 190 p.

D'AMICO, Teri; KORMAN, Nina. **Bay Harbor Islands MiMo:** Architecture of a Mid-Century Town". Miami: Miami-Dade Historic Neighborhood Coalition, 2009, 30 p.

DBPEDIA-FR. **Corporation Municipale.** 2016. Disponível em http://fr.dbpedia.org/page/Corporation_municipale. Acesso em: 16 janeiro 2016.

DESILETS, Deborah. **Morris Lapidus.** New York: Assouline, 2004. 80 p.

DESILETS, Deborah. **Morris Lapidus:** the architecture of joy. New York: Rizzoli, 2010. 240 p.

DIJK, Hans van. **Architecture and legitimacy.** Rotterdam: Netherlands Architecture Institute-NAi, 1995. 118p.

DUNLOP, Beth. Morris Lapidus: Lapidus apartment 1961. In:_____. **Miami:** Trends and Traditions. New York: The Monacelli Press, 1996. p. 124-135.

DÜTTMANN, M.; SCHNEIDER, F. **Morris Lapidus:** architect of the American Dream. Tradução Martina Düttmann, David Bean. Berlim: Birkhäuser Verlag, 1992. 247 p.

ELLIOTT, Michael. **The day before yesterday:** reconsidering America's Past, rediscovering the present. New York: Simon & Schuster, 1999.

ESPERDY, Gabrielle. **Modernizing main street:** architecture and consumer culture in the New Deal. Chicago: The University of Chicago Press, 2008. 307 p.

FERNANDEZ, Jose. **The specialty shop (a guide).** New York: Architectural Book Publishing Co., 1950. 304 p.

FERRY, Luc. **Aprender a viver [recurso eletrônico]:** filosofia para os novos tempos. Tradução Véra Lucia dos Reis. Rio de Janeiro : Objetiva, 2012. 176 p.

FIELD, Charlotte & Peter. **Decorative art: 50s.** Köln: Taschen, 2015. 569 p.

FLORIDA HUMANITIES COUNCIL. **Florida goes to war:** The Sunshine State in WWII. Post-War in Florida. Disponível em http://fcit.usf.edu/wwii/post_war.php. Acessado em: 16 Jan. 2016.

FONTAINEBLEAU RESORTS PROPERTIES II, LLC. **Lapidus Fontainebleau.** Las Vegas: Bright City Books, 2008. 66 p.

40 YEARS OF ART AND ARCHITECTURE: MORRIS LAPIDUS. Joe & Emily Lowe Art Gallery. University of Miami: Coral Gables, 1967.

FRIEDMAN, Alice T. Introduction. In: _____. **American glamour and the evolution of modern architecture.** New Haven: Yale University Press, 2010, p. 1-37.

FRIEDMAN, Alice T. Just get me plenty of glamour: Morris Lapidus's Miami Beach hotels. In: _____. **American glamour and the evolution of modern architecture.** New Haven: Yale University Press, 2010. p. 148-185.

FRIEDMAN, Alice T. Merchandising Miami Beach: Morris Lapidus and the architecture of abundance. **The Journal of Decorative and Propaganda Arts:** The Wolfsonian–Florida International University, Miami Beach, n. 25, p. 216-253, 2005. (1875-1945: The American Hotel).

FUNDACIÓ MIES VAN DER ROHE BARCELONA. **The Barcelona Pavilion.** Disponível em <http://miesbcn.com/the-pavilion/>). Acesso em: 12 May 2016.

GEBRAUCHSGRAPHIK. **Pinterest Vintage Magazine Covers.** Disponível em: <https://www.pinterest.com/mgomezburns/vintage-magazine-covers/>. Acesso em: 14 Dec. 2017.

GEBRAUCHSGRAPHIK. **Travel Brochure Graphics.** October 1929 on Hans Leistikow. Paper graphic design from the 1920s to the 1970s, ephemeron. Disponível em: <http://travelbrochuregraphics.com/blog/2013/05/21/two-pieces-by-hans-leistikow-from-1929-and-gebrauchsgraphik-article/>. Acesso em 14 Dec. 2017.

GILLER, N. M.; NELSON, S. G. **Designing the good life:** Norman M. Giller and the development of Miami Modernism. Gainesville: University Press of Florida, 2007. 164 p.

HEIMANN, Jim (Ed.). **Mid-century ads**. Cologne: Taschen, 2015.

HINE, Thomas. **Populuxe**: from tailfins and TV dinners to barbie dolls and fallout shelters. New York: MJF Books, 1999. 184 p.

HISTORY. **Baby Boomers**. Disponível em: <http://www.history.com/topics/baby-boomers>. Acesso em: 21 Jan. 2016.

HITCHCOCK Jr., Henry-Russell. Appendix: the International Style twenty years after. In: HITCHCOCK Jr., H.; JOHNSON, P. **The International Style**. New York: W. W. Norton & Company, 1995a. p. 241-261.

HITCHCOCK Jr., Henry-Russell. Foreword to the 1966 edition. In: HITCHCOCK Jr., H.; JOHNSON, P. **The International Style**. New York: W. W. Norton & Company, 1995b. p. 19-25.

HITCHCOCK Jr., Henry-Russell. Foreword. In: BARR Jr., Alfred H. et al. **Modern architects**: edição fac-similada do catálogo da primeira exposição de arquitetura do MoMA, de 1932. Ed. fac-sim. Lisboa: Athena-Babel, 2011. p.12.

HITCHCOCK Jr., Henry-Russell. Painting toward architecture: introduction. In: _____. **Painting toward architecture**: the Miller Company collection of abstract art. New York: Duell, Sloan and Pearce, 1948. p. 11-54.

HITCHCOCK, Jr., Henry-Russell. **Philip Johnson: architecture 1949-1965**. New York: Thames & Hudson, 1966.

HITCHCOCK Jr., H.; JOHNSON, P. **The International Style**. New York: W. W. Norton & Company, 1995c. 269 p.

HOCHSTIM, Jan. **Florida modern**: residential architecture 1945-1970. New York: Rizzoli, 2005.

ISENBERG, Alison. **Downtown America**: a history of the place and the people who made it. Chicago: The University of Chicago Press, 2004. 441p. Historical Studies of Urban America.

JACKLE, John A.; SCULLE, Keith A.; ROGERS, Jefferson S. **The motel in America**. Biltmore: Johns Hopkins University Press, 1996.

JOHNSON, Philip. Foreword to the 1995 edition. In: HITCHCOCK Jr., H.; JOHNSON, P. **The International Style**. New York: W. W. Norton & Company, 1995. p. 13-17.

JOHNSON, Philip. Historical note. In: BARR Jr., Alfred H. et al. **Modern architects**: edição fac-similada do catálogo da primeira exposição de arquitetura do MoMA, de 1932. Ed. fac-sim. Lisboa: Athena-Babel, 2011, p. 18-20.

JOHNSON, P.; HITCHCOCK Jr., H., The extent of modern architecture. In: BARR Jr., Alfred H. et al. **Modern architects**: edição fac-similada do catálogo da primeira exposição de arquitetura do MoMA, de 1932. Ed. fac-sim. Lisboa: Athena-Babel, 2011, p. 21-24.

KENNEDY, Patricia. **Miami Beach in vintage postcards**. Charleston: Arcadia Publishing, 2000. 128 p. (Portcard History Series).

KLEINBERG, Howard. **Miami Beach**: a history. Miami: Centennial Press, 1994.

KLEINBERG, Howard. **Woggles and cheese holes**: the history of Miami Beach's hotels. Miami Beach: The Greater Miami & The Beaches Hotel Association, 2005.

KLEPSEY, Carolyn. **Lost Miami Beach**. Charleston: The History Press, 2014. 154 p.

LAPIDUS, Morris. **An architecture of joy**. Miami: E. A. Seemann Publishing, Inc, 1979. 239 p.

LAPIDUS, Morris. **Architecture**: a profession and a business. New York: Van Nostrand Reinhold Company, 1967. 207 p.

LAPIDUS, Morris. **Too much is never enough**: an autobiography. New York: Rizzoli, 1996. 304 p.

LARSEN, Christian A. **Philodendron**: from pan-latin exotic to American modern. Miami Beach: The Wolfsonian-Florida International University, 2015. 128 p.

LEFAIVRE, Liane; TZONIS, Alexander. **Critical Regionalism**: Architecture and identity in a Globalized World. Berlin: Prestel, 2003.

LEFF, Cathy. (Ed.) **The Journal of Decorative and Propaganda Arts**: The Wolfsonian-Florida International University, Miami Beach, n. 23. 1998.

LE MONDE, FR. **Le dictionnaire des citations**. Disponível em: <http://dicocitations.lemonde.fr/citations/citation-2986.php>. Acesso em: 5 jul. 2017.

LEWIS, Michael J. Early modernism. In:_____. **American art and architecture**. London: Thames & Hudson, 2006a. p. 190-227. (World of art).

LEWIS, Michael J. The fall of formalism. In:_____. **American art and architecture**. London: Thames & Hudson, 2006b. p. 254-289. (World of art).

LEWIS, Michael J. The rise of formalism. In:_____. **American art and architecture**. London: Thames & Hudson, 2006c. p. 228-253. (World of art).

MALONE Patrick. Introduction. In_____. **Architecture, mentalities and meaning**. New York: Routledge, 2018. Não paginado. In press.

McBRIEN, Judith P. **Pocket guide to Miami architecture**. New York: W.W. Norton & Company, 2012. E-book.

MARGOLIES, John S. Morris Lapidus: pro and con. In_____. **Morris Lapidus: architecture of joy**. New York: American Federation of Arts, 1970, não paginado. Catálogo da exposição.

MAUNDER, Mike. The tropical Aroids: the discovery, introduction, and cultivation of exotic icons. In LARSE, C. A. **Philodendron: From pan-latin exotic to american modern**. Miami Beach: The Wolfsonian-Florida International University, 2015.

MIMO ON THE BEACH. **North Shore Historic District**: United States Department of the Interior National Park Service. Miami Beach, Miami-Dade County, Florida. Historic and Architectural Resources of the North Beach Community (MPS). National Register of Historic Places registration form. 54 p. Disponível em: <http://www.mimoonthebeach.com/pdfs/North%20Shore%20NR%20Nomination.pdf>. Acesso em: 6 Sept. 2015.

MONHOLLON, Rusty (Ed.). Introduction. In_____. **Baby Boom: people and perspectives**. Santa Barbara: Greenwood, 2010, p. XVI. Perspectives in America Social History.

MONOGRAFIAS. **Um estudo de caso sobre o pecado original e como acontece a transferência da natureza pecaminosa do homem**: Imagem. Disponível em: <http://br.monografias.com/trabalhos3/pecado-original/pecado-original2.shtml>. Acesso em 25 jun. 2017.

NASH, E. P.; ROBINSON Jr., R. C. **MiMo: Miami Modern revealed**. San Francisco: Chronicle Books, 2004. 192 p.

NEPOMECHIE, Marilys R. **Building paradise: an architectural guide to the magic city** – AIA guide to Miami. Miami: ABC Imaging, 2010.

OAKES, John W. **How The Servicemen's Readjustment Act of 1944 (GI Bill) Impacted Women Artists' Career Opportunities**. Visual Culture & Gender, v. 1, 2006.

PALLASMAA, Juhani. Foreword. In: SHIELDS, Jennifer A. E. **Collage and architecture**. New York: Taylor & Francis-Routledge, 2014, p. IX-X.

PAPADAKI, Stamo. **Oscar Niemeyer: works in progress**. New York: Reinhold, 1956.

PAPADAKI, Stamo. **The work of Oscar Niemeyer**. 2nd ed. New York: Reinhold, 1951. 220 p.

PATRICIOS, Nicholas N. **Building marvelous Miami**. Gainesville: University Press of Florida, 1994.

PEARSON, Paul David. **Alvar Aalto and the International Style**. New York: Whitney Library of Design, 1989.

PLOTNER, K.; PLOTNER R. **The Fontainebleau Miami & Las Vegas**. Atglen: Schiffer, 2008. 112 p.

RATHBUN, Mary Chalmers. Plates: Jean Arp. In: HITCHCOCK Jr., H. **Painting toward architecture: the Miller Company collection of abstract art**. New York: Duell, Sloan and Pearce, 1948. p. 102-103.

REDFORD, Polly. **Billion-dollar sandbar: a biography of Miami Beach**. New York: E. P. Dutton & Co., 1970. 306 p.

RILEY, Terence. **The International Style: Exhibition 15 and The Museum of Modern Art**. New York: Rizzoli, 1992. 224 p. Columbia Books of Architecture—Catalogue 3.

SARDO, Delfim. Um contributo para repensar o Modernismo. In: BERGDOLL, B.; SARDO, D. **Modern architects: an introduction**. Lisboa: Athena-Babel, 2011. p. 15-20.

SCULLY, Vincent. **American architecture and urbanism**. 2nd ed. New York: Henry Holt and Company, 1988.

SCULLY, Vincent. Foreword. In: COOK, J. W.; KLOTZ, H. **Conversations with architects**. 2nd ed. New York: Praeger Publishers, 1973. p. 7-8.

SHIELDS, Jennifer A. E. **Collage and architecture**. New York: Taylor & Francis-Routledge, 2014. 274 p.

SHULMAN, A.T.; ROBINSON JR., R. C.; DONNELLY J. F. **Miami Architecture: An AIA guide featuring downtown, the beaches, and Coconut Grove**. Gainesville: University Press of Florida, 2010.

SHULMAN, Allan T. (Ed.). **Miami modern metropolis: Paradise and Paradox in Midcentury Architecture and Planning**. Miami Beach: Bass Museum of Art, 2009. 408 p.

SHULMAN, Allan T. Morris Lapidus and the search for a hemispheric modernism. **Aula 3-Architecture and urbanism in Las Americas**: revista da Tulane University School of Architecture, New Orleans, p. 48-59, 2002. (Miami Tropical).

SCHUMPETER, Joseph A. **Capitalism, socialism and democracy**. London: Routledge, 2010.

SOCIAL SECURITY. **The G. I. Bill of Rights**: An analysis of the Servicemen's Readjustment Act of 1944. Washington, D.C.: July 1944. Bulletin.

TASHMAN, Daniel. **The upright jive of Morris Lapidus**. 1994. 97 p. Senior Thesis (Art History), Colgate University, Hamilton, NY, 5 Dez. 1994.

THE CHARNEL HOUSE: **From Bauhaus to Beinhaus**. Disponível em: https://rosswolfe.files.wordpress.com/2014/05/4f31276_full.jpg?w=860&resize=440%2C528. Acesso em: 14 Dec. 2017.

THE HOODED UTILITARIAN. Caro. **Too much is never enough: Morris Lapidus' postmodern curves**. Disponível em: <http://www.hoodedutilitarian.com/2010/09/too-much-is-never-enough-morris-lapidus-postmodern-curves/>. Acesso em: 25 Dec. 2017.

THE MUSEUM OF MODERN ART. **The Museum of Modern Art**, New York City, announces exhibition of Modern Architecture: to tour United States for three years. Press release. Disponível em https://www.moma.org/documents/moma_press-release_324965.pdf. Acesso em 5 jun. 2017.

THOMAS, G. E.; SNYDER, S. N. William Price's Traymore hotel: modernity in the mass resort. **The Journal of Decorative and Propaganda Arts: The Wolfsonian-**

Florida International University, Miami Beach, n. 25, p. 186-215, 2005. (1875-1945: The American Hotel).

THOMAS, T.; TERRY, J.; BERKELEY, B. **The Busby Berkeley book**. Greenwich, CT: New York Graphic Society, 1973. 193 p.

TZONIS, Alexander; LEFAIVRE, Liane. The Supression and Rethinking of Regionalism and Tropicalism after 1945. In **Tropical architecture: Critical Regionalism in the age of globalization**. London: Wiley Academy, 2001. p. 14-49.

UK PARLIAMENT. Living heritage: architecture of the palace. Churchill and the Commons Chamber. Disponível em: <http://www.parliament.uk/about/living-heritage/building/palace/architecture/palacestructure/churchill/>. Acesso em 20 dez. 2017.

UNITED STATES DEPARTMENT OF THE INTERIOR—National Park Service—National Register of Historic Places Registration. **Normandy Isles National Register District**: Nomination Report, Sept. 2008.

UNITED STATES DEPARTMENT OF THE INTERIOR NATIONAL PARK SERVICE—National Register of Historic Places Registration. **North Shore National Register District**: Nomination Report, Sept. 2009.

U.S. DEPARTMENT OF VETERANS AFFAIRS. **Education and training, history and timeline**. Disponível em: <http://www.benefits.va.gov/gibill/history.asp>. Acesso em: 5 Feb. 2016.

VENTURI, Robert. **Complexity and contradiction in architecture**. 2nd ed. New York: The Museum of Modern Art, 1977. 136 p.

PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS

BERLANDA, Tomà. 2018. The rough with the smooth: Ilze Wolff, Wolff Architects, South Africa. **Architectural Review**. London, 26 Feb. 2018.

CRAZY hat, bright tie. **Time Magazine**, New York, v. LXXV, n. 19, Art, 9 May, 1960.

DISPLAY and sales building: New York, New York: Morris Lapidus, architect. **Progressive Architecture**, New York, v. XXX, n. 9, p. 64-66, Sept. 1949.

FROM ARCHITECTS comes art. **Progressive Architecture**, New York, p. 64, Apr. 1967. P/A News Report.

GLASS-WALLED apartments convert old brownstone to a modern money-maker. **Architectural Forum**, New York, v. 93, n. 4, p. 159, Oct. 1950. Architecture of modernization: Modernization by building types: Apartment buildings: 54 East 72nd St., New York City.

GOLDBERGER, Paul. Architecture view: a little book that led five men to fame. **The New York Times**, New York, 11 Feb. 1996.

GUEFT, Olga. What do you think of the Summit? **Interiors**, [S.I.], p. 132-139. Oct. 1961.

JUMBO FISH TALES. **London Times Literary Supplement**. London, November 6, 1959, p. xiii.

KOBLER, John. Roughing it at Miami Beach. **Saturday Evening Post**, 23 Feb., 1957, p. II6.

KROLOFF, Reed. The perils of populism: what we learned from Morris Lapidus. **Architecture**, New York, p. 15, March 2001. Editorial.

LAPIDUS' latest. **Architectural Forum**, New York, p. 13-14, Oct. 1962. People in the News.

LAPIDUS, Morris. Architect and color photography. **Progressive Architecture**, New York, p. 117, June 1953.

LAPIDUS, Morris. A quest for emotion in architecture. **Journal of the American Institute of Architects**, Washington, D.C., v. XXXVI, n. 5, p. 55-58, Nov. 1961.

LAPIDUS, Morris. A quest for living space in architecture. **Journal of the American Institute of Architects**, Washington, D.C., v. XLI, n. 2, p. 37-38, Feb. 1964.

LEWIS, Michael J. Influential architects. **The Atlantic Monthly**, v. 298, n. 5, p. 63, Dec. 2006d.

LINNEMAN William R.; FETHER, Harriet. Miami Beach hotel names. **The American Dialect Society-American Speech**, Duke University Press, Durham, v. 39, n. 3, p. 196-200, Oct. 1964. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/453627>. Acesso em: 6 Nov. 2016.

LUCE, Henry R. The American century. **Life**, Cary, NC, p. 61-65, 17 Feb. 1941.

LYNES, Russell. New York hotels (with reservations). **Art in America**, New York, n. 2, p. 58-61, Apr. 1963.

MAYER, Martin. The man who put the rhinestones on Miami. **Harper's Magazine**, New York, p. 61-68, Mar. 1965.

MILLSTEIN, Gilbert. Architect de luxe of Miami Beach. **The New York Times Magazine**, New York, p. 26, 6 Jan. 1957.

MARGOLIES, John S. Morris Lapidus: "Now, once and for all, know why I did it." **Progressive Architecture**, Stamford, Conn., p. 181-123, Sept. 1970.

MEN'S apparel shop: Morris Lapidus, A.I.A., architect. **Pencil Points**, New York, p. 59, Aug. 1944. Stores of the future.

NEW YORK nears completion — almost. **Architectural Forum**, New York, p. 16-17, Oct. 1962. Building in the News.

NEW YORK TIMES (1923-Current file). ProQuest Historical Newspapers. Dec. 4, 1955, p. X34.

PERSONALITIES: Morris Lapidus. **Progressive Architecture**. New York, v. XLII, n.1, p. 53, Jan. 1961.

PROGRESSIVE architecture for religion — 1952: Jewish Commercial Center: East Rockaway, New York, Morris Lapidus. **Progressive Architecture**. New York, p. 99, Jan. 1952.

PROGRESS preview: apartment hotel for brasilian [sic] resort & social club: hotel Quitandinha, Petrópolis, RJ (1950) & Clube Diamantina, MG (1950). **Progressive Architecture**. New York, p. 15-18, Jan. 1952.

SELECTED details — children's shoe sales unit, Morris Lapidus, architect. **Pencil Points**. New York, p. 85-86, Mar. 1946.

SELECTED details — store: door frame, Martin's Store, Brooklyn, New York, Morris Lapidus, architect. **Progressive Architecture**. New York, v. XXX, n. 3, p. 91, Mar. 1949.

SHOE stores. **Progressive Architecture**. New York, v. 31, n. 3, p. 57-69, Mar. 1950. P/A critique.

STAGE Set. **New Yorker**. Nova York: 25 Dec.1954.

STRATEN, Roelof van. **An introduction to iconography:** symbols, allusions and meaning in the visual arts. Trans. Patricia de Man. Langhorne: Gordon and Breach, 1994.

\$25 MILLION tingle: Summit hotel. **Architectural Forum**, New York, v. 115, n. 8, p. 7, Sept. 1961. News.

THE OFFICE of famous distillers: bit of old world "lines" in "modern skyscraper. **The New York Liquor Retailer**, New York, [1937?]. Não paginado.

THE UNIVERSITY OF NORTH CAROLINA. Charlotte School Of Architecture (UNCC SOA). The reel Lapidus: movie culture, kitsch and the American Dream. **The Thinking Architect**. North Carolina: 21 Sept. 2015. Disponível em: <https://thethinkingarchitect.wordpress.com/2015/09/21/the-reel-lapidus-movie-culture-kitsch-and-the-american-dream/>. Acesso em: 12 June 2016.

THE NEW YORK TIMES (1923-Current file), **ProQuest Historical Newspapers:** The New York Times, Dec. 4, 1955. p. X34.

VADERSCHMLDT, Fred. Wurster gives architectural views on the new M.I.T. buildings. **The Tech:** the official newspaper of the M.I.T. undergraduates. Cambridge, Mass., v. LXIX, n. 22, Friday, 22 April 1949.

WRIGHT, Henry (Ed.). Brazil. **Architectural Forum**, New York, v. 87, n. 5, p. 65-112, Nov. 1947.

MATERIAIS ESPECIAIS: DOCUMENTOS CARTOGRÁFICOS

KEEP BAY HARBOR ISLANDS BEAUTIFUL. **Bay Harbor Islands:** East Island. Bay Harbor Islands, FL. Disponível em: <http://www.keepbhbeautiful.org/bhimap/>. Acesso em: 19 Sept. 2015.

MIAMI DESIGN PRESERVATION LEAGUE (MDPL). **Miami Beach:** Historic District and Sites. Miami Beach, FL: Planning Department, 10. Nov. 2009. Disponível em: <http://www.mdpl.org/wp-content/uploads/Miami-Beach-Historic-Districts-and-Sites.pdf>. Acesso em: 19 Sept. 2015.

MIMO ON THE BEACH. **Explore the Morris Lapidus / Mid 20th Century Historic District.** Miami Beach, FL. Disponível em: <http://www.mimoonthebeach.com/pdfs/Lapidus%20Walking%20Tour%20compressed.pdf>. Acesso em: 7 Sept. 2015.

MIMO ON THE BEACH. Explore the Normandy Isles National Register Historic District. Miami Beach, FL. Disponível em: <http://www.mimoonthebeach.com/pdfs/Normandy%20Isle%20Walking%20Tour%20compressed.pdf>. Acesso em: 7 Sept. 2015.

MIMO ON THE BEACH. Explore the North Beach Resort Historic District. Miami Beach, FL. Disponível em: <http://www.mimoonthebeach.com/pdfs/NB%20Resort%20Walking%20Tour%20compressed.pdf>. Acesso em: 7 Sept. 2015.

MIMO ON THE BEACH. Explore the North Shore National Register Historic District. Miami Beach, FL. Disponível em: <http://www.mimoonthebeach.com/pdfs/North%20Shore%20Walking%20Tour%20compressed.pdf>. Acesso em: 7 Sept. 2015.

MIMO ON THE BEACH. MiMo on the map: interactive map. Miami Beach, FL. Disponível em: <http://www.mimoonthebeach.com/map.html>. Acesso em: 6 Sept. 2015.

NATIONAL OCEANIC AND ATMOSPHERIC ADMINISTRATION. United States Coast and Geodetic Survey. Estados Unidos, Costa Leste, Florida, Map ETC #3286, 1921. Washington, D.C. Disponível em <http://etc.usf.edu/maps>. Acesso em: 16 Jan. 2016.

U.S. GEOLOGICAL SURVEY-USGS. Old Map Online. Washington D.C. Disponível em <http://www.oldmapsonline.org/map/usgs/5689086>. Acesso em: 16 Jan. 2016.

MATERIAIS ESPECIAIS: DOCUMENTO SONORO

ROSE, Charlie. Morris Lapidus. 2000. Entrevista em Televisão. Charlie Rose TV show. Public Broadcasting Service (PBS).

SUPORTE ELETRÔNICO: BANCO DE DADOS

ARTSTOR DIGITAL LIBRARY. Disponível em: <http://www.artstor.org/>

EBAY. Disponível em: <https://www.ebay.com/>.

EZRA STOLLER, PHOTOGRAPHER & ESTO ARCHIVES. Disponível em: <http://www.ezrastoller.com/>

FUNDAÇÃO OSCAR NIEMEYER. Disponível em: <http://www.niemeyer.org.br/>.

LIBRARY OF CONGRESS. Fotografia de Gottscho-Schleisner, Inc.
Washington, D.C. Disponível em: <https://www.loc.gov/>

MIAMI ARCHIVES. Disponível em: miamiarchives.blogspot.com.

MIAMI DADE COLLEGE ARCHIVES. **Lynn and Louis Wolfson II Archives.**
Miami, FL. Disponível em: <http://www.mdc.edu/archives/>.

MIAMI DESIGN PRESERVATION LEAGUE (MDPL), Miami Beach, FL.
Disponível em: <http://www.mdpl.org/>

MUSEM OF THE CITY OF NEW YORK ARCHIVES, Nova York, NY.
Disponível em: <http://www.mcny.org/>

PINTEREST. Disponível em: <https://www.pinterest.com/>

PROQUEST HISTORICAL NEWSPAPERS. The New York Times.
Disponível em: <http://www.proquest.com/>

STATE ARCHIVES OF FLORIDA, FLORIDA MEMORY. Division of Library
and Information Services. State Library and Archives of Florida, the Florida
Photographic Collection. Tallahassee, FL. Disponível em:
<https://www.floridamemory.com/photographiccollection/>.

SOLOMON R. GUGGENHEIM MUSEUM ARCHIVES, NOVA YORK, NY.
Disponível em: <https://www.guggenheim.org/library-archives>

THE MUSEUM OF MODERN ART (MOMA) ARCHIVES, NOVA YORK, NY.
Disponível em: <https://www.moma.org/research-and-learning/research-resources/archives/index>

WIKIMEDIA COMMONS CONTRIBUTORS, Wikimedia Commons. Disponível
em <https://commons.wikimedia.org/w/index.php>