GISELLE BOACNIN MARTINS

**HOBJETO: A RACIONALIZAÇÃO DO MÓVEL E DO
ESPAÇO DOMÉSTICO**

Dissertação apresentada à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Mestre em Arquitetura e Urbanismo.

Área de concentração: Design e Arquitetura

Orientadora: Profa. Dra. Cibeles Haddad Taralli

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.

E-mail da autora: **giselleboacnin@gmail.com**

Martins, Giselle Boacnin.

Hobjeto: a racionalização do móvel e do espaço doméstico /
Giselle Boacnin Martins. -- São Paulo, 2018.

160 p. : il.

Dissertação (Mestrado – Área de Concentração: Design e
Arquitetura) – FAUUSP.

Orientadora: Profa. Dra. Cibele Haddad Taralli

1.Design – Brasil 2.Mobiliário Doméstico (História) 3.Hobjeto 4.
Barros, Geraldo de. 5.Interior Doméstico I. Título

Hobjeto: a racionalização do móvel e do espaço doméstico

Giselle Boacnin Martins

Dissertação apresentada à Faculdade de
Arquitetura e Urbanismo da Universidade de
São Paulo para a obtenção do título de
Mestre em Arquitetura e Urbanismo.

Área de concentração
Design e Arquitetura

Aprovado em:

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Julgamento _____ Assinatura: _____

À minha querida família, em especial à meu avô Gustavo (*in memoriam*).

AGRADECIMENTOS

À Deus.

Ao Cnpq, pela bolsa de estudos sem a qual não teria sido possível realizar esta pesquisa. À orientadora Profa. Dra. Cibele Haddad Taralli, por toda a colaboração e pelos diálogos que sempre me motivaram e contribuíram para o meu amadurecimento acadêmico.

À Fabiana de Barros pela alegre receptividade em sua casa e por compartilhar o acervo e história de vida de seu pai que espero ter honrado com este trabalho. Ao Michel Favre pela constante disposição.

À Bibita Butcher por me dispor sua acolhedora casa e suas saudosas memórias. Ao Mauro Claro por me disponibilizar seu acervo pessoal de extrema importância para o desenvolvimento da pesquisa. Ao professor Marcos Braga pela incessante dedicação e inspirador entusiasmo com o tema de estudo.

Ao Museu da Casa Brasileira por conceder o acesso às maquetes da Hobjeto, sem as quais o encanto pelo tema não seria o mesmo, e por disponibilizar a entrevista com Antônio Bioni, que muito contribuiu para a reflexão. Ao Luis Gustavo Boacnin e ao Diego Fuentes pelo auxílio na diagramação.

À Pérola, Luis e Luis Gustavo pela paciência, compreensão e incentivo.
Ao Marcio Grespan pelo apoio incondicional.

“A crise pode gerar mais criatividade. Esse pode ser o caminho.”

Geraldo de Barros

Hobjeto: a racionalização do móvel e do espaço doméstico.

Resumo

A presente dissertação visa recuperar e analisar criticamente a trajetória da Hobjeto Indústria e Comércio de Móveis S.A., fundada por Geraldo de Barros e Antônio Bioni em meados da década de 1960, considerando a sua importância para a produção e disseminação do móvel e estilo modernos. A fim de possibilitar uma leitura crítica visando a compreensão sobre a contribuição da Hobjeto para o panorama sócio cultural e do design brasileiro, a dissertação parte do estudo da história de vida de Geraldo de Barros com foco em sua participação na Hobjeto com o desenho e produção industrial do móvel moderno, as características de seus produtos, o público alvo, os locais e formas de vendas, fatores estes conformadores de uma identidade coerente com os ideais do artista e designer que colaboraram para a difusão do móvel e estilo modernos ainda desconhecidos pela maioria da população. A dissertação adota procedimentos de resgate histórico e documental em fontes primárias e secundárias, a partir de levantamentos bibliográficos, iconográficos, de bases digitais, de depoimentos de protagonistas e personagens que vivenciaram o cotidiano da Hobjeto, a fim de construir o percurso da empresa para a compreensão de seu papel no panorama do design de mobiliário no Brasil.

Palavras chave: Design brasileiro, história do mobiliário, Hobjeto, Geraldo de Barros, arranjo doméstico.

Hobjeto: the rationalization of furniture and domestic space.

Abstract

The current research aims to recover and analyze critically the trajectory of Hobjeto Indústria e Comércio de Móveis S.A., founded by Geraldo de Barros and Antônio Bioni in the 1960s, considering your value for the production and propagation of modern furniture and style. In order to provide a critical reading aiming for the understanding about the Hobjeto's contribution to the cultural and Brazilian design panorama, the research starts with the study of Geraldo de Barros's life history focusing on his participation in Hobjeto with the design and industrial production of the modern furniture, the characteristics of its products, the target public, the places and forms of sales, factors that conform an identity consistent with the ideals of the artist and designer who collaborated to the diffusion of modern furniture and style still unknown by the majority of the population. The research adopts procedures of historical and documentary rescue in primary and secondary sources, based on bibliographical, iconographic, digital databases, testimonies of protagonists and characters who lived the daily life of Hobjeto, in order to build the company's path to the understanding of its role in the panorama of the furniture design in Brazil.

Keywords: Brazilian design, history of furniture, Hobjeto, Geraldo de Barros, domestic arrangement.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Auto retrato. Pintura a óleo sobre cartão, 15 x 28 cm, Ateliê Takaoka, São Paulo, 1947. Coleção Lenora de Barros. Fonte: BARROS, 2013, p. 41.....	12
Figura 2 - A menina e o sapato. Fotografia, desenho sobre negativo com ponta-seca e nanquim, Cemitério da Quarta Parada, São Paulo, 1949. Coleção Eric Frank . Fonte: BARROS, 2013, p. 68.....	14
Figura 3 Exposição Fotoformas no MASP. Fonte: LIMA, 2006, p. 88.....	16
Figura 4 Cartaz comemorativo do IV Centenário de São Paulo, 1954. Projeto gráfico de Geraldo de Barros. Fonte: BARROS, 2013, p. 117.....	18
Figura 5 Base de abajur com cinzeiro acoplado, peça produzida no período inicial, antes da criação da Unilabor. Materiais: madeira e cobre. Fonte: CLARO, 2012, p. 75.	26
Figura 6 Anúncio da Bioni & Cia. Ltda, Indústria e Comércio de Móveis. Empresa de móveis fundada por Antônio Bioni em 1955. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.....	33
Figura 7 Carrinho de chá composto pelos mesmos componentes do conjunto de mesinhas. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.....	36
Figura 8 Conjunto de três mesinhas que se sobrepõem desenhadas por Geraldo de Barros. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.....	36
Figura 9 Imagem de divulgação da Hobjeto, possivelmente um anúncio, que cita o termo “nova linha”. Fonte: Imagem cedida por Fabiana de Barros à autora.....	37
Figura 10 Marca da Hobjeto entre 1964 e 1966. Notar o destaque para as letras “h”, “o”, “j” e “e” que formam a palavra “hoje” enfatizando o significado do nome Hobjeto. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.....	40
Figura 11 Logotipo da Hobjeto criado por Geraldo de Barros na década de 1970. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.....	40
Figura 12 Logomarca que corresponde à linha tubular. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.....	40
Figura 13 Fotografia da entrada da IX Feira Nacional de Utilidades Domésticas (UD), estima-se o ano de 1968 correspondente à edição da feira. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.	42
Figura 14 Beliche exposto na VI Feira UD, 3ª edição do Prêmio Roberto Simonsen. Fonte: ABDI. Revista Produto e Linguagem. São Paulo: ABDI. v. 1, n. 2, segundo trimestre. 1965. p.12.....	43
Figura 15 Mesa Bergmiller e cadeira Hobjeto. Fotografia de German Lorca publicada na Revista Produto e Linguagem. Fonte: Produto e Linguagem. São Paulo: ABDI. v. 2, n. 3, primeiro trimestre. 1966. p. 32. Fonte: Imagem cedida por Marcos Braga à autora.....	44
Figura 16 Mesa “elástica”. Sem data. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.	45
Figura 17 Fotografia de German Lorca da cadeira de aglomerado, parte da linha de móveis premiada. Sem data. Imagem cedida por Marcos Braga à autora.....	46
Figura 18 Anúncio do Beliche Hobjeto, ícone da marca neste período. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.....	48
Figura 19 Ambiente proposto para a primeira loja da Hobjeto na Rua Iguatemi. Sem data. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.....	49
Figura 20 Orlando Orfei e a Leoa. Pintura a óleo e colagem sobre aglomerado, 68 x 115cm, São Paulo, 1974. Coleção Claudio Leone. Fonte: BARROS, 2013, p.170....	51
Figura 21 Slogan Hobjeto “O móvel inteligente”. Sem data. Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.	56

Figura 22 Empilhamento de perfis modulares em chapas de aglomerado que compõem as laterais das cadeiras. Sem data. Acervo de Fabiana de Barros.....	59
Figura 23 Anúncio “o que é o móvel modulado HOBJETO” que orienta o leitor sobre as possíveis configurações do móvel modular. Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.	62
Figura 24 Vista externa da fábrica da Hobjeto em Diadema. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.	63
Figura 25 Primeira linha de móveis da Hobjeto. Nota-se a semelhança com as peças desenvolvidas pela Unilabor. Sem data. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.	67
Figura 26 Operário da Hobjeto lixando perfil em aglomerado folheado com cantos arredondados cobertos por massa plástica. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.	68
Figura 27 Utilização de ferragens específicas para a fixação do aglomerado. Sem data. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.....	70
Figura 28 Cartilha com ambientações dos móveis da linha Tubular. Sem data. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.....	71
Figura 29 Ambiente com móveis Hobjeto laqueados em branco. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.	73
Figura 30 Ambiente com móveis Mobilinea laqueados em branco. Fonte: HUGERTH, 2015, p. 56.	74
Figura 31 Anúncio de ambiente da Mobília Contemporânea com o mobiliário laqueado em branco. Fonte: Casa & Jardim. out. 1971.....	74
Figura 32 Exemplo do emprego de gavetas de poliestireno existentes no mercado. Sem data. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.....	76
Figura 33 Mobiliário com a função de cama e puff, composto por três almofadas unidas por uma costura feita no revestimento e estruturada por base e encosto de poliuretano . Sem data. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.	78
Figura 34 Anúncio da Hobjeto para a divulgação em jornais. Notar a presença do quadro concretista “They are talking” de autoria de Geraldo de Barros, como pano de fundo para a elaboração do anúncio. Fonte: Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.....	88
Figura 35 Anúncio Hobjeto, “Veja nossa exposição de móveis da nova linha”. Fonte: Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.....	89
Figura 36 Cadeira em anúncio da Mobilinea, 1963. Fonte: HUGERTH, 2015, p.92.	93
Figura 37 Cadeira da Hobjeto, início da década de 1960. Fonte: Acervo pessoal de Fabiana de Barros.	93
Figura 38 Cadeira de Michel Arnoult, início da década de 1960. Fonte: http://thomazsaavedra.com.br/en/produtos/assentos/cadeiras/conjunto-de-cadeiras.html Acessado em 6 de abril de 2017.....	93
Figura 39 Cadeira desenhada por Sérgio Rodrigues, 1965. Esta, fazia parte da linha de móveis criada para a Universidade de Brasília (UNB) que originaram os primeiros modelos estofados fabricados pela Mobilinea. Fonte: http://thomazsaavedra.com.br/in/produtos/asse	93
Figura 40 Exemplo de estratégia para disseminação da ambientação moderna. Ambientação proposta pela Hobjeto. Sem data. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.	95
Figura 41 Elias Mousa Asfour manipulando o conjunto de maquetes na fábrica da Hobjeto. Fonte: Acervo de Fabiana de Barros.....	103

Figura 42 Fotografia que representa o momento de venda com a utilização de maquetes sobre planta desenhada em papel quadriculado, acompanhada de uma xícara de café. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.	103
Figura 43 Propaganda Hobjeto - Explicação do serviço de atendimento com maquetes à domicílio. Fonte: O Estado de São Paulo. p. 12. 07 out. 1975.	104
Figura 44 Cartela de adesivos da Home Store, com o desenho dos móveis em escala para a configuração de plantas residenciais. Fonte: HURGERTH, 2015, pg. 157.	107
Figura 45 Etiqueta com o nome da vendedora responsável pelo modelo na parte inferior da maquete. Data de fabricação: desconhecida. Fonte: Registro da Autora durante consulta no Acervo do Museu da Casa Brasileira	108
Figura 46 Maquete de poltrona sem apoio para braços com estrutura em madeira maciça de cor escura com acabamento em verniz brilhante. Encosto e assento feito de espuma com acabamento em tecido vermelho. Data de fabricação: desconhecida. Fonte: Registro da Autora.	109
Figura 48 Maquete de mesa, feita em madeira maciça com acabamento em pintura branca Data de fabricação: desconhecida. Fonte: Fonte: Registro da Autora durante consulta no Acervo do Museu da Casa Brasileira.	109
Figura 47 Maquete que reproduz cadeira icônica da Hobjeto, sem apoio para braços feita em estrutura de madeira maciça com acabamento em pintura branca e assentos de madeira revestidos em tecido verde. Data de fabricação: desconhecida. Fonte: Registro da Autora.	109
Figura 49 Ambiente montado pela Hobjeto para um editorial da revista Casa & Jardim em 1971. Nota se que a linha apresentada na imagem é representada pelos modelos mostrados nas Figuras 47 e 48. Apesar dos efeitos do tempo, é evidente a semelhança entre as maquetes e o mobiliário produzido pela empresa quanto as proporções, formas, materiais, cores e acabamentos. Fonte: “C.J. Visita ... Hobjeto”. Casa & Jardim. Pp. 84. out. 1971.	110
Figura 50 Os mobiliários inseridos na ambientação levantam questionamentos a respeito de suas proporções, impossibilitando a definição destes como sendo modelos em escala 1:10 ou móveis em escala real.	111
Figura 51 No canto direito da fotografia é possível identificar as maquetes da linha de móveis da Unilabor. Esta, composta por estante, sofá, banquetas e poltrona, revela a riqueza de detalhes quanto ao acabamento podendo ser identificada a representação do jacarandá, da fórmica branca e da textura do estofado. Fonte: CLARO, 2012.	112
Figura 52 Anúncio da Hobjeto “Vamos brincar de casinha”. Fonte: O Estado de São Paulo p. 23, Caderno Geral. 23 de set.1975.	113
Figura 53 Publicação da Hobjeto selecionada para análise. Fonte: adaptado pela pesquisadora de imagem cedida por Fabiana de Barros, sem data.	122
Figura 54 Anúncio Hobjeto. Sem data. Fonte: acervo pessoal de Fabiana de Barros.	124
Figura 55 Anúncio Hobjeto. Sem data. Fonte: acervo pessoal de Fabiana de Barros.	124
Figura 56 Identificação do mobiliário e objetos decorativos. Fonte: adaptado pela pesquisadora de imagem cedida por Fabiana de Barros, sem data.	126
Figura 57 Organização de sala de jantar e sala de estar. Fonte: adaptado pela pesquisadora de imagem cedida por Fabiana de Barros, Sem data.	128
Figura 58 Agrupamento de sala de estar. Fonte: adaptado pela pesquisadora de imagem cedida por Fabiana de Barros, sem data.	129

Figura 59 Maquete de mesinha de centro utilizada para a venda nas lojas Hobjeto fotografadas pela autora. Acervo do Museu da Casa Brasileira.....	131
Figura 60 Exemplo de sistema organizacional para sala de estar em ambientação proposta pela Hobjeto. Fonte: Acervo pessoal de Fabiana de Barros, Sem data....	133
Figura 61 Agrupamento de sala de jantar. Fonte: adaptado pela pesquisadora de imagem cedida por Fabiana de Barros, sem data.	133
Figura 62 “Ponha os móveis no lugar certo”. O Estado de São Paulo. p. 187. Suplemento Feminino. 24 ago. 1969.....	134
Figura 63 Espaços livres e ocupados. Fonte: adaptado pela pesquisadora de imagem cedida por Fabiana de Barros, sem data.	136
Figura 64 Exemplo de sistema organizacional para sala de jantar. Fonte: Imagem cedida por Fabiana de Barros, sem data.	137
Figura 65 Maquete de banco ripado utilizada para a venda nas lojas Hobjeto fotografadas pela autora. Acervo do Museu da Casa Brasileira.....	137
Figura 66 Zona de transição. Fonte: adaptado pela pesquisadora de imagem cedida por Fabiana de Barros, sem data.	138
Figura 67 Classificação do mobiliário de acordo com seu uso e disposição no espaço. Fonte: adaptado pela pesquisadora de imagem cedida por Fabiana de Barros, sem data.	139
Figura 68 Maquete de carrinho de chá utilizada para a venda nas lojas Hobjeto fotografadas pela autora. Acervo do Museu da Casa Brasileira.....	140

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABDI Associação Brasileira de Desenho Industrial

ESDI Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade do Estado do Rio de Janeiro

FAU-Mackenzie Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie

FAU-USP Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo

FUSE Feira Internacional de Utensílio e Serviços de Escritório

IAB Instituto de Arquitetos do Brasil

MAM-RJ Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro

MASP Museu de Arte de São Paulo

UD Feira Nacional de Utilidades Domésticas

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
1. GERALDO DE BARROS: ANTECEDENTES.....	8
1.1 A construção de uma visão de mundo.....	10
1.2 O contato com o moderno.....	15
1.3 O Movimento Concreto: o design para todos.....	20
1.4 Unilabor: a primeira experiência de produção em série do móvel.	24
2. A HOBJETO	31
2.1. Da pequena sociedade à produção em série.....	33
2.2. A participação na Feira Nacional de Utilidades Domésticas (UD) e o Prêmio Roberto Simonsen.....	41
2.3. A primeira loja Hobjeto: arte e design.	46
2.4. O desfecho	52
3. O MÓVEL INTELIGENTE	54
3.1 O conceito de móvel moderno para Geraldo de Barros.....	56
3.2 As linhas de móveis.	65
3.3. A influência das tendências no móvel.....	72
4. DIVULGAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO	81
4.1. Hobjeto para quem?.....	83
4.2. A difusão do estilo moderno: o contexto das indústrias pioneiras na produção de móveis e a Hobjeto.	91
4.3. Os ambientes domésticos propostos pela Hobjeto: sinta-se em casa.....	96
4.4. Miniaturas: uma nova forma de vender.....	102
5. ENSAIOS	114
5.1. Metodologia de análise de imagens.....	117
5.2. O Sistema do interior moderno: os conceitos de arranjo e ambiência segundo Jean Baudrillard.	118
5.3 Análise de ambientação doméstica proposta pela Hobjeto	121
5.4. Discussões	142
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	144
7. CRONOLOGIA.....	148
8. REFERÊNCIAS.....	154

INTRODUÇÃO

Geraldo de Barros estabelece o primeiro contato com a arte por meio da pintura, tendo o seu trabalho reconhecido por inúmeras premiações nacionais. Paralelo às atividades artísticas, ocupava um cargo administrativo como funcionário do Banco do Brasil, por sua anterior formação em economia, o que, posteriormente, acabou por influenciar positivamente sua atuação profissional.

Engajado aos assuntos relacionados à arte se interessou pela fotografia, por meio da qual conheceu a arte reprodutível. Participou de grupos de discussões e de ateliês ministrados por renomados artistas do período o que o levou a aliar-se ao movimento concreto como um dos fundadores do grupo paulista *Ruptura*, cujos integrantes defendiam os princípios concretistas da arte como reflexo do pensamento racional embasado na abstração geométrica, função social do artista e capacidade de multiplicidade dos objetos de arte a fim de atender à todos. Procuravam obter uma arte para o novo mundo industrial visando atingir a igualdade preconizada para uma sociedade socialista. Esta experiência foi determinante para a construção de um pensamento que modificou a sua percepção em relação à arte, orientando os rumos de sua carreira.

Constantemente motivado pelos ideais concretistas de seriação, multiplicação e socialização da arte a fim de contribuir para a modificação da vida cotidiana, inicia a pintura em série, seguida pela reprodução fotográfica que abriu caminhos para a elaboração de cartazes cuja identidade visual e estética eram propositalmente compatíveis com a produção em massa defendida pelo movimento concreto.

Posteriormente, em 1954, envolvido com o concretismo e as ideias de industrialização de Walter Gropius o que o incentivou a considerar a possibilidade da produção seriada do objeto, ingressa no ramo da produção artesanal de móveis residenciais por meio de sua participação na cooperativa de trabalho Unilabor Indústria de Artefatos de Ferro, Metais e Madeira Ltda. Liderada pelo Frei João

Batista Pereira dos Santos e norteada pela experimentação industrial e pela preocupação em fazer objetos em série e com qualidade por meio do desenho industrializado¹, foi onde estabeleceu o primeiro contato com o desenho e produção industrial do móvel. Na Unilabor, pode se aproximar da rotina da fábrica e exercitar o projeto adequado aos modos de fabricação do móvel que originaram a modulação das peças e a padronização de medidas como forma de otimizar a produção industrial e seu armazenamento.

Apesar da efervescência desenvolvimentista dos anos 1950, a maioria das produções do design brasileiro de móveis modernos ainda se encontrava em um estágio artesanal, boa parte dos projetos do mobiliário era produzido por marceneiros sob a encomenda de peças únicas ou pequenas séries. Desta forma, Geraldo pretendia mudar o panorama da produção do mobiliário brasileiro para uma nova estrutura, o da produção industrializada e por motivos de divergências de interesses entre os integrantes, saiu da cooperativa.

Em seguida foi convidado pelo colega e marceneiro Antônio Bioni a participar de uma sociedade tendo como meta a produção de móveis sob encomenda que originou a fundação da Hobjeto Indústria e Comércio de Móveis S.A. em 1964. A empresa que permaneceu em atividade sob o comando de Geraldo de Barros e Antônio Bioni entre meados de 1960 e o final da década de 1980 é considerada como uma experiência precursora no desenho e industrialização efetiva do móvel moderno brasileiro.

Na Hobjeto, Geraldo pode implementar com liberdade novos processos produtivos e o aperfeiçoamento técnico da produção necessários à industrialização do móvel. O alcance da produção em escala e o sucesso da marca pode ser atribuído além de sua vocação artística, à sua personalidade arrojada e empreendedora em conjunto com a colaboração de personagens auxiliaram na viabilização de suas ideias, aspectos que colaboraram para a construção de uma identidade, com reconhecimento de destaque no campo do mobiliário moderno no país, como veremos a seguir.

A presente dissertação tem como principal objetivo contribuir para os estudos sobre a história do mobiliário doméstico e as suas propostas de arranjo a partir da

¹ MORENO, Júlio e OUTSUKA, Lenita. Geraldo de Barros o precursor. In Revista *Design & Interiores*, n. 28. Projeto Editores: São Paulo. 1992. p.49-53.

análise crítica da trajetória da Hobjeto desde a sua fundação até o momento da saída de Geraldo de Barros. Apesar de ser reconhecida como uma das mais bem sucedidas empresas do período, por sua produção industrial em grande escala e pela variedade de endereços de comercialização localizados por todo o Brasil, a iniciativa foi pouco discutida em trabalhos acadêmicos, o que não corresponde à sua contribuição no panorama do design brasileiro. Deste modo, o estudo propõe investigar o percurso da Hobjeto do ponto de vista do mobiliário doméstico como elemento de importância para o entendimento de suas propostas de arranjo. Este, será guiado pelos processos de serialização, distribuição e consumo, identificados como determinantes à difusão do móvel e estilo modernos.

O arranjo do mobiliário é proposto pela Hobjeto como forma de divulgação do moderno visto que no contexto do período de estudo, houve o aumento da produção habitacional principalmente na cidade de São Paulo, caracterizada por apartamentos de dimensões reduzidas voltados às classes médias. Por este motivo, surge a necessidade de adequação da distribuição e da ordenação do mobiliário configurando arranjos internos adequados aos novos espaços domésticos resultantes deste processo. Os interiores destas moradias emergentes exigiam maior planejamento espacial, não cabendo mais a inserção de móveis artesanais robustos e de maiores proporções, utilizados anteriormente em grande parte das residências.

Assim, a adoção e o uso do móvel moderno seriado possibilitava a conformação de diferentes composições para o espaço interno dos apartamentos, atendendo as atividades cotidianas. Determinadas empresas paulistanas, pioneiras na produção industrial de móveis, dirigidas por designers, arquitetos, artistas, desenhistas e marceneiros manifestavam o intuito em difundir o estilo moderno para ampla parcela da população por meio da divulgação de seus produtos na mídia impressa, e através de outras estratégias, como por exemplo, a simulação de representações em escala real de ambientes domésticos montados em lojas apresentado como possibilidade de visualização do atendimento à organização interna da moradia.

Portanto, como forma de compreensão à respeito da racionalização não somente do móvel, mas do espaço interno por meio de uma lógica organizacional como estratégia de disseminação do estilo moderno, é realizada uma análise do arranjo do mobiliário, introduzido no espaço doméstico dos apartamentos. Para tal,

serão investigadas as relações entre aspectos formais e estéticos relacionados ao mobiliário moderno seriado abordados ao longo da dissertação como: modulação, seriação, funcionalidade, linguagem formal destituída de adornos, racionalidade no emprego de materiais, simplificação de montagem, organização produtiva, desenho adequado à produção, barateamento de custos e democratização do acesso a amplas camadas populacionais.

Entre o mobiliário desenvolvido pela Hobjeto serão identificadas linhas, sistemas modulares, conjuntos de produtos para atender a determinadas funções e atividades concebidos ora aliando preceitos de arte concreta, ora preceitos do estilo moderno, investigando as relações entre o projeto dos móveis, sua organização no espaço e conceitos e manifestações artísticas de concepção moderna. Por fim, serão elencados critérios para a análise do arranjo do móvel considerando os tipos de mobiliário, conjuntos e agrupamentos de móveis a fim de se compreender a lógica do interior moderno proposta pela empresa.

A base conceitual para o desenvolvimento do trabalho é o movimento moderno inserido no contexto da produção e ambientação do mobiliário Hobjeto. A pesquisa adota procedimentos de resgate histórico e documental, levantando dados da manifestação do mobiliário moderno seriado, dos arranjos domésticos decorrentes de seu uso e incorporação, em fontes primárias e secundárias, buscando a compreensão e o significado da disposição do móvel no ambiente doméstico no período considerado.

A compilação de dados históricos foi feita a partir de levantamentos documentais bibliográficos, que abordam brevemente o conteúdo sobre a empresa, contribuindo para uma visão geral de seu contexto sendo necessário recorrer à pesquisa em fontes primárias a fim de se obter um estudo aprofundado sobre o tema. Desta forma, foram agrupadas e organizadas imagens, anúncios, reportagens, fotografias, maquetes, catálogos e textos datilografados a fim de se obter a dimensão do tema de estudo. Entrevistas foram realizadas com protagonistas e personagens que conviveram com Geraldo de Barros, participaram do cotidiano das lojas e indústrias da Hobjeto, para a recuperação de acontecimentos e episódios por meio do método da história oral na qual a condução das conversas faz do pesquisador um produtor de fontes, cabendo a este o discernimento quanto ao posicionamento particular de cada entrevistado ou entrevistada.

Assim, as informações obtidas por meio das entrevistas foram confrontadas com o restante do material recolhido como forma de confirmação da veracidade e pertinência dos fatos visto que, por se tratarem de pessoas, muitas vezes estas apresentam suas memórias de maneira imprecisa e guiadas por interesses pessoais que quando consideradas isoladamente poderiam apresentar um ponto de vista próprio, o que reduziria a abrangência da discussão. As entrevistas, gravadas e transcritas, foram conduzidas por perguntas relacionadas às experiências dos entrevistados na empresa, à rotina e funcionamento das lojas, ao posicionamento de Geraldo de Barros como administrador, às descrições sobre produtos e às características e comportamentos do público consumidor. Devido ao prazo estipulado para a realização da pesquisa, alguns personagens não puderam ser entrevistados ou não foram localizados, porém, as que foram concluídas proporcionaram a complementação das informações obtidas pelas demais fontes. Levantamentos iconográficos e de bases digitais também foram utilizados como forma de recuperação do contexto moderno no mobiliário e nos espaços domésticos propostos pela empresa.

A fim de aprofundar as análises e relações entre moveis e ambientes, os procedimentos adotaram estudos experimentais e ferramentais de exploração desta por meio de análises gráficas de imagens, anúncios de jornais e revistas, fotografias, reportagens e catálogos, estabelecendo critérios de leitura, decomposição, reconfigurações, remontagens e exploração de diferentes tipos de organização que explicitem os conceitos e os parâmetros adotados em relação às características linhas e conjuntos de móveis modulares.

O levantamento de categorias de análise e a busca de significados da organização dos ambientes trazem questões relacionadas ao entendimento sobre a configuração e a disposição do mobiliário moderno seriado. Desta forma, serão buscados significados por meio de análises de configurações de arranjo espacial dos ambientes propostos pela Hobjeto em contraponto à investigação da composição do espaço por meio de imagens.

A síntese preliminar dos dados vem representada por meio de diagramas e relacionados à análises e discussões para a elaboração de conclusões. Por fim, as discussões, procuram contribuir para caracterizar a produção do mobiliário e ambientação Hobjeto, tecendo algumas considerações sobre o desenho do móvel e a organização do espaço racional.

Como abordagem para o estudo da empresa, o primeiro capítulo, orientado a partir da descrição cronológica do percurso profissional de Geraldo de Barros no período anterior à sua participação na Hobjeto, pretende identificar as influências artísticas que contribuíram para a sua formação e construção de um pensamento determinante em sua futura atuação na Hobjeto. Neste, são abordados os ideais concretistas de multiplicação e socialização da arte como fatores determinantes ao interesse por sistemas produtivos de conformação do móvel concretizados em sua primeira participação no que se refere à produção seriada do mobiliário na cooperativa de trabalho Unilabor.

Tendo exposto esse cenário, o segundo capítulo busca traçar a trajetória da Hobjeto em linhas gerais com foco nos eventos e desafios que a direcionaram desde sua fundação em 1964, quando ainda denominada Bioni & Companhia Limitada Indústria e Comércio de Móveis, até o desligamento de Geraldo de Barros na década de 1980, a partir da participação de personagens e colaboradores, como recurso para a apresentação dos acontecimentos de maneira cronológica com o intuito de recuperar sua história.

Desta forma, a partir da compreensão sobre os aspectos que envolveram a origem e o desfecho da empresa, no terceiro capítulo são explorados os fatores que orientaram a configuração das linhas de móveis Hobjeto, identificando e analisando quais os aspectos de produção e concepção do móvel moderno seriado que possibilitaram sua industrialização e vice versa, o emprego de materiais, as especificidades produtivas e a influência das tendências internacionais na concepção do mobiliário expostos como fatores conformadores de uma linguagem compartilhada com seus concorrentes.

Na sequência, no quarto capítulo, serão abordados os modos de disseminação do moderno adotados pela Hobjeto e por outras empresas do ramo, com a intenção de consolidá-lo a fim de atingir maiores camadas populacionais. Para a compreensão dos modos de divulgação do moderno propostos pela empresa estudada, partimos da análise do público alvo, do discurso na mídia impressa, da descrição dos processos de vendas, da utilização de modelos dos móveis em escala reduzida e da representação de ambientes em escala real.

O quinto capítulo está designado à análise e discussões sobre o arranjo doméstico proposto pela Hobjeto, representado por uma imagem de divulgação da empresa como forma de compreensão da lógica organizacional do espaço moderno.

Ao longo deste, os dados, documentos e materiais recolhidos no decorrer da pesquisa são combinados aos conceitos de arranjo e ambiência em relação à conformação do ambiente doméstico moderno segundo Jean Baudrillard (2015) no livro “O Sistema dos Objetos” que será utilizado como referencial teórico para o estudo da imagem selecionada. A leitura da imagem será guiada a partir do método utilizado em “O Design Pop no Brasil nos anos 1970: Domesticidades e relações de gênero na revista Casa & Jardim” tese de Marinês Ribeiro dos Santos (2010), o qual propõe etapas para a investigação de imagens.

Desta forma, a análise das ambientações propostas pela Hobjeto irá possibilitar a compreensão sobre a lógica do arranjo doméstico proposto pela Hobjeto como forma de disseminação do mobiliário moderno em uma ambientação moderna, preconizada por algumas empresas pioneiras nascidas nos anos 1950 e 1960.

1.GERALDO DE BARROS: ANTECEDENTES

O entendimento sobre o percurso profissional de Geraldo de Barros, antes da fundação da Hobjeto, é importante para a compreensão de sua atuação na empresa, isto é, para a reflexão a respeito dos modos como os seus ideais e pensamentos, construídos a partir do movimento concreto em conjunto com sua experiência na área econômica, nortearam os rumos da companhia. Neste capítulo, será descrito o contato inicial com a arte e sua trajetória profissional anterior à atuação na Hobjeto, onde serão apresentados os fatores que contribuíram para a sua formação artística bem como o seu relacionamento com personalidades de grande importância para a consolidação do desenho industrial no Brasil.

A partir disso, o movimento concreto e sua influência sobre os sistemas produtivos e conformação do móvel moderno brasileiro será analisado como instrumento para a compreensão dos ideais de multiplicação e socialização da arte despertados ao longo de sua participação no grupo paulistano *Ruptura* cujo vínculo entre a arte concreta e o desenho industrial o conduziram ao interesse por tentativas de industrialização do móvel. Desta forma, a sua atividade na cooperativa de trabalho Unilabor com o desenho do mobiliário produzido e comercializado em meados da década de 1950 será relatada, configurando a sua primeira experiência com sistemas de seriação do móvel moderno.

1.1 A construção de uma visão de mundo²

Na década de 1930, Geraldo de Barros concluiu o curso de ciências econômicas em São Paulo, ocupando um cargo administrativo no Banco do Brasil por sua formação. Trabalhando durante meio expediente até o momento de sua aposentadoria, dedicava as horas livres à atividades de seu interesse o que, em conjunto com sua personalidade exploradora e arrojada, tornaram-se fatores determinantes para a definição dos rumos de sua vida profissional.

O primeiro contato com a arte ocorreu por intermédio de seu irmão mais velho, juntos desenhavam quadrinhos para a veiculação em jornais, o que revelou sua aptidão artística (SANTOS, 2010) e incentivou a dedicação aos estudos, especificamente à pintura³.

Em 1945, por meio de ilustrações representadas em um livro de arte, conheceu o trabalho do pintor Clovis Graciano com quem participou de aulas como aluno ouvinte o que despertou o interesse pela ampliação do conhecimento nesta área. Como funcionário do Banco do Brasil, dedicava-se ao serviço bancário pela manhã, no período da tarde estudava arte e à noite participava das aulas da faculdade de comércio. A participação de jovens alunos em ateliês de pintores veteranos era uma alternativa para o aprendizado e formação artística, visto que na cidade de São Paulo as oportunidades no recente pós-guerra eram escassas.

Participou do Sindicato dos Artistas Plásticos, porém, o conteúdo programático proposto baseado no estilo figurativo e realista, não se enquadrava às vertentes artísticas apreciadas por ele, o mesmo ocorreu na Associação Paulista de Belas Artes, onde foi considerado como artista moderno o que divergia das condições de reprodução fiel das formas defendida pela maioria. Ainda neste período estabeleceu contato com os artistas Ataíde de Barros e Antônio Corelli, com quem frequentava exposições e discutia questões relacionadas às artes.

²O termo “construção de uma visão de mundo” que nomeia o subitem deste capítulo, foi elegido por Fabiana de Barros no texto “Geraldo de Barros” ao se referir ao período inicial em que vivenciou o processo de descoberta da arte em: BARROS, Fabiana de. *Geraldo de Barros: Isso*. São Paulo: SESC SP, 2013. 364 p. ; il.

³VASCONCELOS, Jorge. “Itinerários (Geraldo de Barros)”. *Diário de São Paulo*. São Paulo, 14 de jul. de 1979.

No ano seguinte foi aluno de Colette Pujol, pintora dedicada aos princípios do Impressionismo, com quem conquistou medalha de prata em sua primeira exposição no X Salão do Sindicato dos Artistas Plásticos de São Paulo. Em suas primeiras tentativas de contato com a arte, Geraldo elegeu a pintura como forma de expressão inicialmente manifestada como de caráter figurativo, de observação, com empenho na representação exata de formas da natureza e situações do cotidiano. Porém, esta não correspondia às suas convicções artísticas, o que estimulou a busca por profissionais com quem poderia desenvolver o seu próprio estilo artístico.

No final de 1946 passou a frequentar, como aluno, o atelier de Yoshiya Takaoka onde pode conhecer a vertente artística do Expressionismo por meio da produção de auto-retratos (LIMA, 2006) e explorar técnicas de marcenaria que contribuíram para sua formação como designer de mobiliário assim como o convívio com outros artistas (SANTOS, 2010).

Nos primeiros desenhos feitos como aluno de Takaoka (Figura 1), são notórios os traços rápidos e a supressão de detalhes, o que evidencia a orientação do professor em captar-se somente o essencial a ser representado revelando, por meio de pinceladas, aspectos psicológicos do personagem representado, o que caracteriza a vertente do Expressionismo (LIMA, 2006).

Em 1947, Geraldo de Barros, em conjunto com Takaoka e seus alunos⁴ formaram o Grupo XV. Conhecido como Grupo do Jacaré⁵, funcionava como um ateliê de arte, situado no centro de São Paulo, com o objetivo reunir pessoas de interesse comum para a participação em diálogos e discussões relacionadas às formas de compreensão da produção artística dos anos 1940⁶. As lições e o convívio com Takaoka guiaram a formação artística de Geraldo de Barros que, no final desta década, manifestou mudanças gradativas em suas formas de expressão representadas pelo traçado firme, retilíneo e contínuo em formas tridimensionais, evidenciando seu rumo artístico (SANTOS, 2010).

⁴ Ataíde de Barros, Antônio Corelli, Flavio Shiró, Joaninha Cunha Bueno, Mario Aki, Massao Okinaka, Walter Tanaka, Tamoo Handa, Alberto Massuda, Hajime Higaki, Yuji Tamaki, Takeshi Suzuki, Francisco Trigo e Mayashi.

⁵ O Grupo XV era conhecido como Grupo do Jacaré devido à correspondência do numeral quinze ao animal no jogo do bicho.

⁶ VASCONCELOS, Jorge. "Itinerários (Geraldo de Barros)". *Diário de São Paulo*. São Paulo, 14 de jul. de 1979.

Figura 1 Auto-retrato. Pintura a óleo sobre cartão, 15 x 28 cm, Ateliê Takaoka, São Paulo, 1947. Coleção Lenora de Barros. Fonte: BARROS, 2013, p. 41.

No ano de 1948, as pinturas de Geraldo de Barros foram expostas pela primeira vez no Teatro Municipal de São Paulo, as quais apresentavam características das vertentes do Futurismo, da Abstração, do Cubismo e do Expressionismo, tendo em comum a temática social. Desta forma, a mistura de diversas vertentes artísticas em uma só obra evidencia a construção de um estilo próprio ainda em desenvolvimento por Geraldo de Barros. O projeto gráfico do cartaz feito para anunciar a exposição aponta os princípios de organização concretista desenvolvido por artistas paulistas nos anos seguintes (LIMA, 2006), o que possivelmente indica os futuros interesses do artista, ainda pouco definidos neste período.

Na perspectiva de sua iniciação à trajetória artística, o primeiro contato de Geraldo de Barros com a arte contribuiu para a sua percepção e compreensão em relação aos elementos estruturadores do contexto e da adoção de princípios modernos, colaborando para a construção de uma visão de mundo ainda em processo de reflexão (BARROS, 2013), mas fundamental para a sua atuação no setor moveleiro.

Fotografia: o contato com a arte reprodutível

Ainda como participante do Grupo XV, Geraldo de Barros iniciou seus experimentos fotográficos ao ganhar de presente de seu amigo Ataíde de Barros, uma câmera Rolleiflex. A dupla montou um laboratório no atelier do Grupo XV e, nas horas vagas, registravam times de futebol de várzea da periferia de São Paulo, com o propósito de complementarem suas rendas. Apesar de trabalhar como fotógrafo, Geraldo não dominava técnicas e conhecimentos especializados, aprendeu a fotografar a partir das orientações descritas no manual de instruções da câmera. Porém, seguia as indicações do guia de maneira inusitada conforme explica Fabiana de Barros:

[...] aprendeu fazendo o que o manual dizia para não ser feito: 'não fotografar contra a luz', 'não manusear o negativo', 'não virar a câmera de ponta-cabeça', 'não voltar o filme para trás', 'não expor várias vezes o negativo virgem' etc.⁷

A personalidade arrojada de Geraldo de Barros possibilitou o experimento de outras formas de obter resultados por meio do uso da máquina fotográfica, utilizando de tentativas ao acaso e de um processo intuitivo de descoberta da fotografia. Este tipo de reprodução viabilizava o ideal almejado pelo artista, o conceito de arte reprodutível, que posteriormente foi aplicado à produção de móveis por meio da repetição de módulos e da utilização de matrizes.

Geraldo, como artista múltiplo, planejava as imagens que pretendia compor e, a fim de executá-las, utilizava de novas técnicas que descobrira por meio de experimentações aleatórias como; intervenções com bico de pena, nanquim (Figura 02), perfurações, recortes, sobreposições de negativos, o uso de materiais sobre papel fotográfico e o registro de diversas imagens em um mesmo filme. A fim de obter o resultado esperado para suas representações, Geraldo, além de utilizar técnicas pouco convencionais⁸, elaborava a composição fotográfica baseando-se nos princípios da razão e da geometria, conformando uma linguagem própria e pioneira no panorama da fotografia brasileira.

⁷BARROS, 2013, p.10.

⁸ Até o momento, a fotografia no Brasil seguia os princípios da representação.

Figura 2 - A menina e o sapato. Fotografia, desenho sobre negativo com ponta-seca e nanquim, Cemitério da Quarta Parada, São Paulo, 1949. Coleção Eric Frank. Fonte: BARROS, 2013, p. 68.

A fim de aprimorar o conhecimento sobre técnica e linguagem fotográfica, tornou-se integrante do núcleo de fotografia artística Foto Cine Clube Bandeirantes, onde o seu trabalho era incompreendido pela maioria dos membros por considerarem sua produção fotográfica incoerente e incorreta devido à suas interferências nos processos técnicos de reprodução (BARROS, 2013).

Apesar disso, o processo de composição fotográfica desenvolvido pelo artista acabou por originar a célebre série de cinquenta fotos, intituladas Fotoformas. O conjunto de imagens, precursor no campo da fotografia, reflete o pensamento racional de Geraldo de Barros, apresentando os primeiros indicativos de geometrização em sua obra, Esta, configura uma nova linguagem artística no campo da fotografia brasileira até então expressa apenas por meio da representação.

O planejamento, a geometrização e o princípio de aplicação de matrizes reutilizáveis, presentes no conjunto da obra fotográfica de Geraldo de Barros exprimem os ideais da arte reprodutível propostos pelo movimento concreto. Neste, o artista deveria elaborar suas obras utilizando dos conceitos de racionalidade como forma de viabilização da produção industrial, seu meio de atuação na sociedade (SANTOS, 2010).

Considerando estes fatos e fatores é possível afirmar que o racionalismo geométrico presente na proposta fotográfica de Geraldo de Barros e o conceito de reprodutibilidade da arte irão intervir diretamente no desenho e concepção dos

móveis modernos propostos posteriormente para a Unilabor, em 1954 e para a Hobjeto em 1964, contribuindo para a realização do ideal da arte reprodutível por meio do desenho do móvel.

1.2 O contato com o moderno

No ano de 1947, aproximadamente, Geraldo de Barros começou a frequentar o Setor de Artes da Biblioteca Municipal de São Paulo onde conheceu o trabalho do artista suíço Paul Klee, a *Bauhaus*, e conseqüentemente o diretor da instituição, Walter Gropius, descobrindo desta forma o desenho industrial, conforme depoimento do artista ao jornal *Diário de São Paulo* em 1979:

[...] me interessei pelo Klee e me entreguei completamente à influência de Klee. Eu queria saber qual era a cozinha que ele usava, qual era o modo que ele tratava o trabalho.⁹

No setor de artes da biblioteca continham exemplares de artistas modernos, o que possivelmente aproximou Geraldo de Barros à determinadas técnicas fotográficas. Na mesma década, Geraldo de Barros foi premiado no Salão Nacional de Arte Moderna e em sua exposição no Museu de Arte de São Paulo (MASP), foi apresentado ao crítico de arte, Mário Pedrosa.

Pedrosa, exerceu grande influência para a formação de Geraldo de Barros, principalmente em relação aos ensinamentos sobre a Teoria da Gestalt, ética e estética, acompanhados de pensamentos socialistas¹⁰, o que motivou Geraldo à incorporar o sentido social em trabalhos artísticos. A partir dos conhecimentos transmitidos por Mário Pedrosa, Geraldo pode encontrar as respostas quanto à

⁹VASCONCELOS, Jorge. "Itinerários (Geraldo de Barros)". *Diário de São Paulo*. São Paulo, 14 de jul. de 1979.

¹⁰ Ibidem.

Figura 3 Exposição Fotoformas no MASP.
Fonte: LIMA, 2006, p. 88.

possibilidade de concepção da arte socializante¹¹, capaz de melhorar as condições humanas, inquietações estas que o acompanharam até o final de sua trajetória (BARROS, 2013).

Ambos criaram o jornal *Vanguarda Socialista* para discutir assuntos relacionados às condições de trabalho dos artistas e o socialismo internacional. Posteriormente de Barros filiou-se ao Partido Socialista o qual Pedrosa foi um dos fundadores, apontando que o engajamento de Geraldo com o socialismo foi fundamental para o posicionamento do artista quanto a seus anseios em instituir o sentido social à arte.

No ano de 1951, foi realizada a exposição *Fotoformas*, uma das primeiras do MASP (Figura 03) recém inaugurado e posteriormente, foram expostas no Ministério da Educação, no Rio de Janeiro e na Bahia. Por motivos desta o governo francês lhe concedeu uma bolsa de estudos para o curso de litografia em Paris. Nesta época, Geraldo participava da organização do laboratório de fotografia do MASP e antes de viajar à Paris, foi convidado por Pietro Maria Bardi a expor novamente suas fotografias, conforme o depoimento do artista:

¹¹Termo utilizado por Fabiana de Barros ao se referir à arte com sentido social.

[...] o Bardi (Pietro Maria Bardi) me ofereceu uma exposição antes de eu viajar. Preferi fazer uma exposição de fotografias, que eram muito arrojadas. Bardi, vendo meus trabalhos, me recomendou ver a exposição de Max Bill, eu ajudei a desencaixotar os trabalhos de Bill que ainda não haviam saído de seus recipientes.¹²

Geraldo de Barros, por trabalhar no museu de arte, teve a oportunidade de acessar as obras de Max Bill antes de serem expostas na Bienal de São Paulo e de conviver com Pietro Maria Bardi que o apresentou à vertente concretista e à Max Bill, então diretor da Escola de Ulm.

Durante a viagem Geraldo conheceu integrantes da elite cultural brasileira e européia, o que propiciou sua maior aproximação com as convicções socialistas (SANTOS, 2010). No percurso pela Europa, visitou a Hochschule für Gestaltung ainda em construção, uma vez que, em 1933, a Bauhaus fora fechada pelo regime nazista. A estada em Ulm por um período de dois meses proporcionou a participação de Geraldo no contexto artístico e acadêmico da escola, guiados pelos princípios da Bauhaus os quais acabaram por influenciar os futuros trabalhos do artista.

Em Zurique, mantém contato com Max Bill, educador, designer, arquiteto, escultor, pintor e ex-aluno da Bauhaus que iniciou a implantação da escola no mesmo ano, com o propósito de dar continuidade ao que havia sido desenvolvido na Bauhaus. O encontro fez despertar o interesse de Geraldo por textos acadêmicos que tratavam sobre a arte e a função social do artista considerado como potencial agente transformador da sociedade, capaz de atuar diretamente na vida cotidiana, cooperando para a construção de uma sociedade justa e igualitária, convicções estas que influenciaram diretamente a sua produção artística (SANTOS, 2010). Neste momento, a arte concreta condizia com os interesses de artistas e pintores que questionavam as dificuldades de engajamento e adversidades ocorridas ao tratar-se de política da arte¹³.

Na Escola Superior de Belas Artes, em Paris, participou do curso de litogravura com S.W. Hayter e em Ulm Geraldo conheceu um de seus fundadores e também comunicador visual Otl Aicher dirigente dos acontecimentos culturais da

¹² VASCONCELOS, 1979.

¹³ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

Figura 4 Cartaz comemorativo do IV Centenário de São Paulo, 1954. Projeto gráfico de Geraldo de Barros. Fonte: BARROS, 2013, p. 117.

cidade com quem participou de aulas de artes gráficas onde aprendeu a técnica de elaboração de cartazes. O convívio com Aicher possibilitou a conscientização e a compreensão no que se refere às dificuldades relacionadas à multiplicação do objeto único pintura, além do entendimento dos métodos e problemas de produção do objeto. O encontro influenciou diretamente os trabalhos de Geraldo de Barros como artista gráfico, que, no ano de 1952, recebeu o prêmio pelo cartaz comemorativo do IV Centenário de São Paulo (Figura 4), elaborado conforme os fundamentos racionais concretistas (SANTOS, 2010).

A chegada do artista ao Brasil, em 1952, foi marcada pela efervescência artística e cultural resultante da primeira e recém realizada Bienal de São Paulo, inserida no contexto do acelerado processo de industrialização do país. Geraldo, influenciado pelos ideais concretistas da Escola de Ulm atentou-se à possibilidade da produção industrial como ferramenta para a execução da arte gráfica com sentido de arte popular, elaborando inúmeros cartazes considerando tal atividade vinculada à capacidade de multiplicação de obras. Além do cartaz para o IV Centenário, também foi premiado com o cartaz para a Revoada Internacional do IV Centenário e posteriormente elaborou o cartaz para o festival internacional de cinema¹⁴.

¹⁴ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

No mesmo ano, participou de duas exposições no Museu de Arte Moderna de São Paulo, com trabalhos produzidos em um curto intervalo de tempo entre 1950 e 1951, representados por traços livres o que evidencia a referência do artista aos trabalhos desenvolvidos por Paul Klee, determinantes para os posteriores ensaios gráficos realizados por Geraldo de Barros e que conduziram à sua participação no movimento concreto paulistano. A primeira e individual exibição, ocorrida em agosto, expunha pinturas, desenhos e gravuras, a segunda, em dezembro, foi dedicada à exposição inaugural do Grupo Ruptura, marco da atuação de Geraldo de Barros no concretismo.

Considerando o cenário político, social e estético, o interesse pelo desenho e produção de móveis é manifestado por Geraldo no ano de 1954, no qual teve sua primeira experiência na cooperativa de trabalho Unilabor, e posteriormente, em 1964 com a abertura da fábrica da Hobjeto, as quais serão abordadas nos capítulos seguintes.

Paralelamente à estes acontecimentos, o artista produzia quadros a partir da composição e pintura de pedaços de peças publicitárias como *outdoors* e panfletos, de maneira a recriá-los proporcionando revelando uma nova identidade às obras. Este processo artístico ocasionou o convite para a participação na Bienal Internacional de Arte de São Paulo, marcada por uma proposta de obra de arte acessível, e de fácil reproduzibilidade. Na década de 1980, influenciados pela mostra na Bienal de São Paulo, os trabalhos de Geraldo de Barros foram realizados por meio da composição geométrica de placas coloridas de fórmica passíveis de serem reproduzidas por sua capacidade de reconfiguração de formas (BARROS, 2013).

Em sua última série *Sobras*, Geraldo retoma a utilização da fotografia selecionando recortes de negativos pessoais compondo-os de forma a configurar uma nova técnica não categorizada, que recupera todo seu percurso como artista e como pessoa (BARROS, 2013).

1.3 O Movimento Concreto: o design para todos

O movimento concreto exerceu grande influência sobre a evolução dos sistemas produtivos e a conformação do móvel moderno brasileiro. O concretismo no Brasil, foi constituído a partir dos princípios do movimento na Europa, o qual a visão crítica de artistas plásticos contrários à representação tradicional da pintura, buscavam por uma nova forma de linguagem como solução para os problemas plásticos, anulando a expressividade individual e subjetiva e eliminando o intuitivo como protagonista do processo criativo.

O Projeto Construtivo Brasileiro instituiu-se nos anos 1950, momento em que as cidades brasileiras passaram por grandes transformações econômicas e sociais apoiadas no programa de aceleração da modernidade nacional implementado pelo presidente Juscelino Kubitschek que buscou realizar 50 anos de progresso em 5 anos de governo. A proposta desenvolvimentista incentivada pela ideologia do avanço associada à possibilidade de financiamento por meio do capital externo, configuraram o conhecido *boom* econômico, caracterizado pela implantação de projetos reformistas como a construção de Brasília, a implantação da indústria automobilística no Brasil, e o novo surto industrial da cidade de São Paulo acompanhado de um intenso crescimento urbano e um acelerado processo de verticalização (SANTOS, 2010).

Desta forma, a rápida industrialização e a intensificação dos meios de comunicação em grande escala colaboraram para a aceitação de novos materiais, formas, padrões e tendências na decoração de interiores e consequentemente para a difusão do móvel moderno. Neste período, o cenário brasileiro era favorável ao desenvolvimento de tentativas de industrialização do móvel, influenciadas também pelo vínculo entre a arte concreta e o desenho industrial que orientou o desenho e produção em série da mobília moderna brasileira (SANTOS, Maria. 2015).

No início desta década, a ideologia construtiva repercutiu com a entrada de Max Bill no país por motivos de participações em exposições no Museu de Arte de São Paulo, na I Bienal de São Paulo, no prêmio internacional de escultura¹⁵ e em conferências no MAM-RJ e FAU-USP, combinando-se aos fatores socioeconômicos

¹⁵Max Bill obteve o primeiro prêmio internacional de escultura com a obra "Unidade Tripartida".

atrelados à realidade brasileira que trouxeram a esperança de desenvolvimento e de novas conquistas tecnológicas e artísticas.

Max Bill também contribuiu para a consolidação da arte e do design no Brasil, estabelecendo o contato com a Escola de Ulm que guiou a temática abordada nos discursos concretistas brasileiros que se referiam à eficiência comunicativa e ao desenvolvimento produtivo por meio da intervenção na produção industrial. Desta forma, a objetividade e o rigor racional prezados ao extremo no exercício das artes plásticas direcionadas pelo concretismo, conduziram à sua aplicação no desenho industrial, programação visual e arquitetura que dispunham de elementos formais correspondentes aos ideais acatados pelo movimento. Nesta década, em seguida à realização da I e II Bienais nos anos de 1951 e 1953, o movimento acabou por reunir artistas cariocas e paulistas.

No Rio de Janeiro, o grupo Frente¹⁶ prezava a preocupação com o estético, desprendido dos princípios formais, demonstravam uma flexibilidade de atitude o que os diferenciava dos paulistas (ZANINI, 1983). O grupo de artistas paulistas nomeado Ruptura, o qual Geraldo de Barros fazia parte, era formado por jovens pertencentes à classe média¹⁷ (SANTOS, 1985; SANTOS, 2010) guiados pelas ideias da *Bauhaus* e de Walter Gropius e vindos de inúmeras vertentes artísticas, defendiam os princípios concretistas da arte como reflexo do pensamento racional embasado na abstração geométrica, na função social do artista e na capacidade de multiplicidade dos objetos de arte a fim de atender a todos. Em declaração, Geraldo de Barros explica o posicionamento do Grupo Ruptura:

Eu passo a fazer Arte concreta Arte concreta era uma proposta de socialização da arte. O meu conceito, junto com os outros, era tentar abolir o objeto único em pintura, o quadro como objeto único. O conceito de objeto único talvez seja o responsável primeiro pela política da arte.¹⁸

¹⁶ Composto por: Abraham Palatnik, Aluísio Carvão, Amílcar de Castro, Carlos Val, César Oiticica, Décio Vieira, Franz Weissman, Hélio Oiticica, Ivan Serpa, João José Silva Costa, Lygia Clark, Lygia Pape e Vincent Ibberson.

¹⁷ Entre os integrantes: Alexandre Wollner, Almir Mavignier, Anatol Wladyslaw, Antônio Maluf, Hércules Barsotti, Hermelindo Fiaminghi, Judith Lauand, Kazmer Féjer, Leopoldo Haar, Lothar Charoux, Luiz Sacilotto, Maurício Nogueira Lima, Waldemar Cordeiro e Willys de Castro.

¹⁸ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

Segundo ele, os princípios do desenho industrial não se aplicam à produção do objeto único que por não partirem de um projeto específico, impossibilitam sua replicação em objetos idênticos impedindo a socialização da arte por se tornar restrita a uma pequena parcela¹⁹, o que evidencia a influência da escola de Ulm sobre a questão da socialização da arte por meio do objeto replicável.

Geraldo utiliza dos princípios concretistas como elementos direcionadores de sua atuação como designer, estabelecendo relações entre arte e técnica. A arte concreta proporcionou o posicionamento crítico do artista em relação ao “objeto único” que se descaracterizou com o emprego da “especificação do projeto”²⁰, ou seja, sua capacidade de reprodução a partir do desenho (SANTOS, 1985). O artista compreende o potencial industrial da arte concreta conforme identificado em depoimento concedido à Maria Cecília Loschiavo dos Santos no ano de 1979:

A industrialização do Brasil estava processando-se. Então, a arte concreta para o artista paulista estava ligada à indústria. (...) Eu não quero dizer que seja melhor que os cariocas. Mas para eles o fenômeno da arte concreta foi uma preocupação estética, não havia uma preocupação com a indústria, mas para a gente paulista, que morava aqui, que estava vivendo o começo da industrialização no Brasil, nós estávamos diretamente ligados à indústria. (...) A arte concreta é que me levou a fazer Desenho Industrial e a fazer a aplicação de todos esses princípios em objetos úteis, pois era muito mais fácil você aceitar uma mesa, uma cadeira desenhada segundo esse princípio do desenho industrial do que pendurar um quadro na parede. Uma vez que eu não consegui sucesso na minha arte concreta, eu fui fazer móveis²¹.

Em sua origem, os indivíduos dedicados à esta manifestação artística não contavam com a possibilidade de atuarem profissionalmente como designers por se interessarem exclusivamente pelo emprego dos fundamentos concretos no âmbito da pintura, além do fato de as condições econômicas e de suporte industrial oferecidas pelo Brasil neste período serem desfavoráveis ao desenvolvimento do campo. Posteriormente, como autodidatas, adquiriram o conhecimento através de suas profissões técnicas ambientaram-se às questões produtivas e econômicas,

¹⁹ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

²⁰ O termo “especificação do projeto” foi empregado por Geraldo de Barros em depoimento concedido à Maria Cecília Loschiavo dos Santos na cidade de São Paulo em 24 de setembro de 1979.

²¹ Depoimento de Geraldo de Barros concedido à Maria Cecília Loschiavo dos Santos na cidade de São Paulo em 24 de setembro de 1979.

contribuindo assim para o desenvolvimento de atividades industriais. Disciplinados, e com a predominância de um pensamento ideológico de esquerda, inclinaram-se à especialização nas áreas do desenho industrial, da comunicação visual, da publicidade e do paisagismo.

Os artistas concretos se opunham à valorização do objeto único, o qual era produzido artesanalmente e vendido por preços exorbitantes ao público restrito das classes altas. Defendiam, portanto, a arte como produto industrial, como matriz de serialização planejada pelo artista-projetista industrial que teria as suas obras reproduzidas sem limites e presentes em todos os lares brasileiros. Procuravam obter uma arte para o novo mundo industrial visando atingir a igualdade de uma sociedade socialista, o que, por motivos do vínculo entre o concretismo e as origens do desenho industrial e do favorecimento de elementos presentes na cultura brasileira, levou espontaneamente inúmeros artistas adeptos à esta vertente, ingressarem profissionalmente no campo do desenho industrial. Desta forma, os principais conceitos concretistas tornaram-se involuntariamente ferramentas para a produção em série de objetos, e consequentemente do móvel industrializado brasileiro unindo o útil e o belo (SANTOS, 1985).

A contribuição do movimento concreto abrangeu o campo do mobiliário, da produção industrial brasileira, da publicidade, do paisagismo, da estamparia de tecidos, da elaboração de cartazes, da criação de marcas e logotipos, na implantação do Departamento de Desenho Industrial na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo além de favorecer a posterior institucionalização do desenho industrial no país (SANTOS, 1985). O movimento favoreceu diretamente o desenvolvimento do desenho industrial no Brasil, fator que o diferencia em relação à sua manifestação européia.

Em 1954, Geraldo de Barros estimulado pelo Movimento Concreto e pelas ideias de industrialização de Walter Gropius, considerou a possibilidade da produção seriada do objeto, sendo este um móvel ou outro qualquer. Pretendia mudar o panorama da produção do mobiliário brasileiro para um novo estágio, o da produção do móvel industrializado.

1.4 Unilabor: a primeira experiência de produção em série do móvel.

A contribuição de Mauro Claro a respeito da primeira experiência de Geraldo de Barros na produção seriada do móvel moderno por meio de sua participação na cooperativa Unilabor, abrangendo o período de seu desligamento que configurou o início da nova sociedade, é fundamental para o entendimento dos fatores que orientaram a produção moveleira da Hobjeto. Desta forma, com base nos textos *Unilabor: desenho industrial, arte moderna e autogestão operária* e *Dissolução da Unilabor: crise e falência de uma autogestão operária - São Paulo, 1963-1967*²², foi orientado o desenvolvimento deste subitem.

A pesquisa de Mauro Claro investiga de maneira aprofundada a atuação de Geraldo de Barros na Unilabor considerando seu posicionamento político, os fatores que determinaram o desenho e a produção do móvel e as questões ideológicas que levaram o seu desligamento da cooperativa, cabendo a este trabalho, a partir destes estudos, contextualizar e analisar os fatos históricos como elemento de recuperação da trajetória da empresa Hobjeto.

Desta forma, o contato de Geraldo de Barros com a Unilabor tem início por volta de 1952, quando foi encarregado pelo Museu de Arte Moderna a fazer um relatório fotográfico sobre os murais de Alfredo Volpi pintados nas paredes da Capela do Cristo Operário, no bairro do Ipiranga, em São Paulo.²³ Nesta ocasião, conheceu o Frei dominicano João Batista Pereira dos Santos que, veio ao Brasil, com a intenção de dar continuidade ao movimento de padres operários iniciado na França onde participou de experiências bem sucedidas em comunidades operárias que posteriormente orientaram a estruturação da Unilabor (CLARO, 2004).

Geraldo se casou na mesma capela no final de 1952 e por este motivo, manteve contato com o Frei que o apresentou ideias de construir e equipar um local para a produção de objetos decorativos e de liquidificadores nos moldes de

²² CLARO, Mauro. *Dissolução da Unilabor: crise e falência de uma autogestão operária* - São Paulo, 1963-1967. Tese (doutorado em Arquitetura e Urbanismo), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

²³ MORENO, Júlio e OUTSUKA, Lenita. Geraldo de Barros o precursor. In *Revista Design & Interiores*, n. 28. Projeto Editores: São Paulo. 1992. p. 49-53.

comunidade de trabalho, convidando-o a participar como um de seus sócios, porém, a proposta não se consolidou.

Em 1954, o Frei o convidou novamente, recomendando que participasse da comunidade desenhando objetos capazes de serem produzidos com a utilização do maquinário adquirido para a última tentativa de produção de objetos²⁴.

Motivado pela perspectiva em empregar de maneira prática as questões que envolvem os princípios concretistas de uma multiplicável e acessível, se uniu à comunidade de trabalho e, à medida que desenhava e produzia as peças, se aproximava dos operários como o ferramenteiro Antônio Thereza. Posteriormente, aproximadamente em maio de 1954, Geraldo de Barros, o marceneiro Manuel Lopes da Silva, o ferramenteiro Antônio Thereza e o engenheiro eletricitista Justino Cardoso fundam a Unilabor, Indústria de Artefatos de Ferro, Metais e Madeira Ltda., norteadas pela experimentação industrial e pela preocupação em fazer objetos em série e com qualidade por meio do desenho industrializado²⁵.

A Unilabor era uma comunidade de trabalho guiada pelo humanismo cristão, utopia moderna do progresso técnico contínuo e educação por meio da arte motivada pelo ideário socialista que reuniu artistas plásticos modernos, militantes católicos operários, universitários, intelectuais de esquerda e indivíduos da burguesia paulistana (CLARO, 2004). Liderada pelo Frei João Batista Pereira dos Santos, seguia os princípios da organização cooperativa, dividindo de forma participativa os lucros e decisões onde todos contribuíam de forma igualitária para o bem comum de seus integrantes (SANTOS, Maria, 2015) com o intuito de promover a transformação social.

Geraldo de Barros nomeou a cooperativa de Unilabor, que significa “união no trabalho” e foi o responsável pelo desenho do símbolo visto que apresentava experiência prévia no ramo das artes gráficas com o desenho de marcas e a elaboração de logotipos²⁶.

Inicialmente a produção da Unilabor era restrita apenas à objetos de decoração (Figura 5) e por se incomodar com os usos banais atribuídos às peças,

²⁴ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

²⁵ MORENO, Júlio e OUTSUKA, Lenita. Geraldo de Barros o precursor. In *Revista Design & Interiores*, n. 28. Projeto Editores: São Paulo. 1992. p.49-53.

²⁶ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

Figura 5 Base de abajur com cinzeiro acoplado, peça produzida no período inicial, antes da criação da Unilabor. Materiais: madeira e cobre. Fonte: CLARO, 2012, p. 75.

sugeriu o desenho e a produção do mobiliário moderno. A ideia surgiu devido à sua recente experiência na construção e elaboração de móveis a fim de atender às necessidades de mobiliar a sua nova casa após o casamento. Desta forma, para viabilizar a produção da mobília pela Unilabor, providenciou a compra de novos equipamentos e a vinda de um marceneiro experiente, Alfredo Lopes da Silva com quem iniciou a produção dos modelos de móveis a serem vendidos.

Apesar de toda a efervescência desenvolvimentista dos anos 1950, a maioria das produções do design brasileiro de móveis modernos dessa década ainda se encontrava em um estágio artesanal, assim como ocorria com a Unilabor, onde o mobiliário era produzido por marceneiros sob a encomenda de peças únicas com desenhos específicos ou pequenas séries.

Durante este período, existiram algumas experiências similares à Unilabor em relação às formas de produção do móvel moderno, como a Forma, de Michel Arnould²⁷, Fabrica de Móveis Z, Zanine, Pontes & Cia, de José Zanine Caldas, a Móveis Branco & Preto, dos arquitetos Carlos Millan, Chen Hwa, Jacob M. Ruchti, Miguel Fortes, Plínio Croce e Roberto Aflalo, a L'Atelier do arquiteto polonês Jorge Zalszupin (SANTOS, Maria, 2015).

Neste período, Geraldo de Barros passava por um momento de crise em sua carreira como artista plástico por perceber que seu trabalho atingia um pequeno

²⁷ LEON, Ethel. *Mobília Contemporânea, ascensão e queda de um gosto moderno*. In Michel Arnould, design e utopia: móveis em série para todos. Organizado por Ethel Leon. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016, 216p.

público, o que era avesso aos ideais concretistas de disseminação da arte. Neste contexto, o programa estético proposto pelo movimento concreto era compatível com a característica autogestionária da Unilabor, pois ambos tinham a fábrica como ambiente de reflexão (CLARO, 2012) o que, de certa forma, incentivou Geraldo de Barros a colocar em prática os princípios concretos da arte seriada e multiplicável, capaz de alcançar a todos independente do grau intelectual, cumprindo então seu papel social (SANTOS, 2010).

Sendo assim, é despertado o interesse por parte de Geraldo de Barros em realizar uma produção seriada a partir do desenho industrial, iniciativa pioneira também realizada por Michel Arnoult no mesmo período.²⁸

Na época, nosso design estava em um estágio artesanal. No setor de mobiliário praticamente só havia o Michel Arnoult. No mais, que me lembre, existiam apenas marcenarias, que não tinham a preocupação com a coisa de série. Os móveis eram praticamente feitos por encomenda apenas peças únicas. A Unilabor surge justamente com essa preocupação do desenho industrializado.²⁹

O aumento do número de encomendas a serem produzidas pela Unilabor conduziu Geraldo a desenhar a primeira linha de móveis da cooperativa, utilizando como princípio a modulação e a aplicação da capacidade de industrialização de objetos por meio do estudo de Walter Gropius³⁰. Desta forma, os produtos se diversificaram e, ao longo do tempo, a Unilabor deixou de ser uma oficina de caráter artesanal constituindo um estoque próprio com uma ampla variedade de modelos.

A necessidade emergente de armazenamento das peças originou a proposta de um sistema modular e componível cuja racionalidade pode ser considerada como fator essencial para o aumento da capacidade produtiva e redução do custo industrial com a economia de matéria-prima e trabalho (SANTOS, Maria, 2015). A otimização produtiva visava atingir melhorias nos produtos como a boa qualidade, a funcionalidade, o conforto, a durabilidade e o barateamento do valor final das peças

²⁸ MORENO, Júlio e OUTSUKA, Lenita. Geraldo de Barros o precursor. In *Revista Design & Interiores*, n. 28. Projeto Editores: São Paulo. 1992. p.43.

²⁹ Ibid., p.50.

³⁰ Ibid., p.50.

a fim de adequá-las aos consumidores e não apenas considerá-las como uma oportunidade de aumentar os lucros.

Geraldo de Barros era o responsável pelo projeto de todo o mobiliário desenvolvido para a Unilabor, o que incluía a padronização de medidas das peças que ao serem combinadas configuravam diversas possibilidades de utilização do móvel de forma a aperfeiçoar a produção industrial. A modulação dos componentes possibilitava a adaptação dos conjuntos de mobiliário aos novos espaços internos dos apartamentos e de moradias econômicas do período, resultando em uma solução estético-funcional característica dos móveis modernos disseminados socialmente como novos padrões de gosto (CLARO, 2004).

As lojas da Unilabor estavam em locais considerados nobres de Belo Horizonte e São Paulo como a Praça da República e a Rua Augusta, o que fazia parte de uma estratégia de marketing para atingir uma parcela das classes intermediárias interessada em adquirir móveis modernos por valorizarem a arte e iniciativas no campo social. Por outro lado, as classes mais altas sempre tiveram preconceito em relação ao móvel industrializado no Brasil, os utilizando de maneira secundária como, por exemplo, em casas de veraneio (SANTOS, Maria, 2015). O mesmo ocorria com as outras empresas do ramo cujo mobiliário produzido era de difícil aceitação em magazines e pelo grande público, devido a preços pouco competitivos no mercado, resultantes de uma baixa escala produtiva.

Na Unilabor, a transição da produção artesanal para a produção industrial aconteceu de maneira conturbada e foi implantada insistentemente por Geraldo de Barros. Deste modo, alguns trabalhadores da cooperativa não concordaram com as mudanças nas formas de produção, pois não estavam acostumados com as ideias de industrialização. Acreditavam que deveriam interferir diretamente na fabricação de cada peça, o que não condizia com a nova proposta de produção em série, o que ocasionou resistência e preconceito gerando inúmeros conflitos entre os integrantes (SANTOS, Maria, 2015).

O modelo cooperativo adotado pela Unilabor determinava a divisão dos lucros entre todos os funcionários de maneira igualitária e que as decisões fossem tomadas em conjunto. Por este motivo, em 1964, os marceneiros, insatisfeitos com o sistema produtivo decidiram dispensar Geraldo de Barros com o argumento de que o contratariam apenas quando houvesse a eventual necessidade de um novo desenho de móveis.

Posteriormente, o crescimento econômico da empresa e os desejos de acumulação de lucros por seus associados, posicionamento contrário aos princípios coletivistas prezados pela Unilabor, combinados à mudança da política econômica do país a qual interrompeu as fontes de financiamentos para empresas de pequeno porte, contribuíram para o encerramento de suas atividades no início de 1967, três anos após sua saída (CLARO, 2012).

A Unilabor, apesar de não cumprir plenamente o papel social a que se propunha quanto à comercialização de sua produção à amplas camadas sociais foi de extrema importância para a história da modernização do móvel brasileiro. Esta contribuiu para o amadurecimento e compreensão de Geraldo de Barros em relação à racionalidade produtiva, ao desenho modular, aos processos em fábrica e ao trabalho em equipe, configurando a sua primeira experiência de industrialização do móvel moderno. O artista discorre a respeito do aprendizado adquirido pela participação na cooperativa de trabalho em depoimento à autora Maria Cecília Loschiavo dos Santos:

Para mim foi uma coisa fantástica. A minha formação de desenhista de móveis começou lá, porque eu não sou desenhista industrial, eu sou desenhista de móveis, área que conheço profundamente. Se você me pede para desenhar uma geladeira, eu não sei. Tudo o que sei aprendi na Unilabor, onde pude aplicar amplamente as ideias de Gropius.³¹

Portanto, o desenho da mobília, possibilitou a prática dos princípios concretistas de disseminação da arte por meio do desenho industrial de móveis por meio do exercício da componentização do mobiliário que foi fator determinante para a viabilidade da produção industrial contribuindo posteriormente para a produção em grande escala da mobília. Na Unilabor, Geraldo de Barros pretendia aplicar os ideais concretistas de multiplicação do objeto com a implantação de novos processos produtivos e o aperfeiçoamento técnico da produção, porém, devido à divergências ideológicas entre os trabalhadores a tentativa foi interrompida, acabando por se consolidar efetivamente em sua atuação na Hobjeto, onde pode implantar com liberdade os objetivos necessários à produção industrial.

³¹ SANTOS, M.C. 2015, p. 163

2. A HOBJETO

A personalidade arrojada de Geraldo de Barros em conjunto com sua perseverança em por em prática as convicções concretistas de multiplicação de produto, no caso o móvel, fizeram com que fosse instaurada no Brasil uma das mais emblemáticas empresas do ramo do mobiliário moderno, a Hobjeto.

Neste capítulo será descrita sua trajetória em linhas gerais com foco nos eventos e desafios que direcionaram seus rumos desde seu início na década de 1960, quando ainda denominada Bioni & Companhia Limitada Indústria e Comércio de Móveis, até o desligamento de Geraldo de Barros na década de 1980, a partir da localização da atividade dos principais personagens e colaboradores como método para estruturar cronologicamente o seu percurso a fim de auxiliar na compreensão sobre o seu papel no cenário brasileiro deste período.

2.1. Da pequena sociedade à produção em série.

Figura 6 Anúncio da Bioni & Cia. Ltda, Indústria e Comércio de Móveis. Empresa de móveis fundada por Antônio Bioni em 1955. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.

Antônio Bioni trabalhou como marceneiro desde criança e na adolescência formou-se no curso profissionalizante do Instituto Dom Bosco. Posteriormente, na década de 1950, ingressou nas lojas Sears³² como o responsável pela execução dos *displays* das vitrines. No entanto, a cada nova montagem havia o descarte das peças que produzia o que o desmotivou profissionalmente, ocasionando o seu desligamento da empresa³³. Por este motivo, em 1955, com 27 anos de idade montou a sua própria oficina, a Bioni & Companhia Limitada Indústria e Comércio de Móveis (Figura 06) em parceria com demais marceneiros³⁴, onde eram produzidos, sob encomenda, móveis de estilo, similares ao restante da produção do período.

Além do amplo domínio no campo da marcenaria, Bioni se aprofundou nos estudos de desenho técnico mecânico, o que o tornou habilitado a participar de discussões com arquitetos e engenheiros, proporcionando o melhor entendimento sobre as peças a serem produzidas em sua oficina. Mais tarde, discordâncias entre os participantes acabaram por desintegrar a sociedade e passou a trabalhar na

³² Rede de lojas de departamentos que comercializava móveis e objetos de decoração.

³³ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

³⁴ Pascoal Onélio Morandi foi um dos sócios e posteriormente participou da Hobjeto.

Unilabor, onde era encarregado de adequar o mobiliário modular aos espaços internos das moradias dos compradores³⁵.

Paralelamente às atividades na Unilabor, Bioni e Geraldo vivenciaram a experiência de produzir móveis conjuntamente, feitos sob encomenda para o público no geral e para arquitetos renomados³⁶ conhecidos de Geraldo de Barros³⁷. Sendo assim, Bioni, ao ser informado sobre o desligamento do colega da Unilabor, o convidou para participar de uma nova sociedade³⁸.

Geraldo de Barros não hesitou em associar-se à Antônio Bioni, o que possivelmente está relacionado à sua sagaz percepção quanto a ampla compreensão do marceneiro em relação aos aspectos técnicos e práticos que envolviam a fabricação do móvel, bem como suas habilidades no manuseio da madeira o que, de certa forma, complementava, o seu conhecimento artístico e teórico. Deste modo, é possível afirmar que a participação de Antônio Bioni foi indispensável para o desenvolvimento e o amadurecimento da futura Hobjeto pois, sua experiência profissional permitiu que se responsabilizasse pela adequação do desenho de Geraldo de Barros à produção industrial, sem o qual não atingiria as grandes escalas produtivas.

Bioni que foi o sócio, era mais que braço direito, era uma coisa de concepção mesmo. O Bioni também era marceneiro, imaginava a produção da obra. O Geraldo fazia o móvel, desenhava, o Bioni imaginava como seria produzir industrialmente.³⁹

A pequena sociedade⁴⁰ inserida no contexto político da década de 1960 enfrentou alguns problemas de política industrial como, por exemplo, a pausa da produção gerada pela falta de encomendas, resultado de demanda inconstante por

³⁵ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

³⁶ Entre os arquitetos estavam: Plínio Croce, Roberto Aflalo, Giancarlo Gasperini e Adolfo Leiner.

³⁷ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

³⁸ Entre os associados estavam Geraldo de Barros, Antônio Bioni e Sebastião Amâncio Salgado encarregado da parte contábil da sociedade, visto que tanto Geraldo de Barros como Antônio Bioni não tinham conhecimento sobre o assunto. Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

³⁹ Entrevista concedida por Fabiana de Barros à autora em 15 de julho de 2016, na cidade de São Paulo, com 1h e 30 min de duração.

⁴⁰ No período inicial, o nome Hobjeto é utilizado em conjunto com Bioni & Companhia Limitada, antiga oficina de Antônio Bioni, e posteriormente em 1968 configura-se oficialmente como empresa.

pedidos de móveis, o que prejudicava o andamento contínuo da produção e consequentemente da empresa.

Usufruindo do tempo ocioso na oficina, Geraldo de Barros desenhou um conjunto de três mesinhas (Figura 07) e um carrinho de chá (Figura 08) que por apresentarem usos alternativos e uma configuração formal e estética próprias, se diferenciavam dos móveis das linhas de sala e quarto até então comercializadas pela empresa. Estes móveis, foram elaborados a partir do agrupamento de componentes de medidas similares, com o intuito de otimizar a produção e baratear custos por meio do emprego dos princípios do desenho industrial como estratégia para facilitar a sua comercialização⁴¹. Esta alternativa no desenho do móvel desvinculada da produção convencional até então sob encomenda, criou assim uma oportunidade nesse contexto sócio econômico desfavorável o que revela a sua capacidade em se restabelecer em momentos de crise. Desta forma, a introdução do móvel modular passou de uma solução provisória para se tornar permanente e predominante na produção da Hobjeto.

Geraldo desenhou mesinhas encaixáveis e carrinho de chá; afinal, eram produtos complementares para a sala e de fácil vendagem e, de certa maneira, padronizados, pois não apresentavam grandes possibilidades de variação. Não eram como as peças que as senhoras exigiam combinar o desenho da folha da madeira da cabeceira da cama com as portas do guarda-roupa, ou as portas do bufê com o tampo da mesa.⁴²

Ao observar as imagens é evidente a preocupação de Geraldo de Barros com o emprego da modulação. As dimensões do tampo das mesas correspondem às das faces do carrinho de chá possibilitando a afirmação de que é utilizado o mesmo componente em todas as peças, porém em diferentes configurações.

O mesmo ocorre com as travessas verticais e horizontais que compõem os pés das mesas e do carrinho de chá, travado possivelmente por uma seção horizontal de medida equivalente a metade das peças verticais.

⁴¹ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

⁴² SANTOS, 2015, p.195.

Figura 7 Conjunto de três mesinhas que se sobrepõem desenhadas por Geraldo de Barros. Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.

Figura 8 Carrinho de chá composto pelos mesmos componentes do conjunto de mesinhas. Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.

Figura 9 Imagem de divulgação da Hobjeto, possivelmente um anúncio, que cita o termo “nova linha”. Fonte: Imagem cedida por Fabiana de Barros à autora. Sem data.

Logo, a ociosidade produtiva originou a necessidade de criação de uma linha de móveis para a produção seriada simultaneamente aos pedidos sob encomenda como forma de amparo aos períodos de instabilidade financeira⁴³. Assim, os móveis que Geraldo desenhara e produzira com Bioni na Unilabor, para o que seria uma “linha nova”⁴⁴, cujo desenvolvimento fora interrompido por seu repentino desligamento da cooperativa, passaram a ser produzidos e comercializados pela futura Hobjeto (CLARO, 2012) (Figura 9). Entre as peças estão: a cadeira Hobjeto, a Mesa Bergmiller, e a cama-beliche que posteriormente receberam o “Prêmio de Boa Forma” na Feira Nacional de Utilidades Domésticas⁴⁵.

Os desenhos, mesmo reconhecidos como sendo de autoria de Geraldo de Barros, acabaram por gerar disputas entre os integrantes da Unilabor e os futuros participantes da Hobjeto quanto à sua propriedade e ao direito de produção das peças. Posteriormente, houve a tentativa de resolução dos desentendimentos em um acordo entre as empresas porém, este não se concretizou de fato (CLARO, 2012).

⁴³ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

⁴⁴ O termo “nova linha” fora utilizado em uma imagem de divulgação da Hobjeto e também mencionado por Mauro Claro em sua Tese de Doutorado (2012) ao se referir aos móveis desenhados por Geraldo de Barros antes de seu desligamento da Unilabor.

⁴⁵ Assunto a ser abordado adiante.

Em 1964 Pascoal Onélio Morandi⁴⁶, um veterano marceneiro que havia trabalhado com Bioni em sua última empreitada juntou-se à a equipe em conjunto com um grupo de marceneiros e artesãos de excelente aptidão que vieram da mesma oficina. No dia 31 de março do mesmo ano é assinado o contrato social e assim é fundada a Hobjeto⁴⁷ cujas atividades ocorridas em oficina contavam com uma experiência amadurecida devido ao conhecimento prévio adquirido pelos associados ao longo dos últimos anos no ramo da marcenaria, o que possibilitou um passo rumo à sua industrialização⁴⁸.

A linha de móveis produzida em série na oficina foi chamada de “objeto”. A partir desta denominação, Geraldo de Barros criou o nome Hobjeto, que significa objeto de hoje, transmitindo a ideia do objeto perpetuamente atual. A ideia foi aceita com entusiasmo pelo seu sócio: “Objeto de hoje, que há cem anos mais pra frente é hoje. Eu acho genial essa marca”.⁴⁹

Deste modo, é possível afirmar que o nome Hobjeto faz alusão ao termo “objeto” utilizado pelos concretistas ao se referirem aos produtos passíveis de replicação e, portanto capazes de serem produzidos industrialmente. Geraldo de Barros, no texto *Da produção em massa de uma pintura: quadros a preço de custo*, quando se refere ao papel da arte concreta nas relações entre o processo de representação visual e a Revolução Industrial, utiliza o termo “objeto” como referencia à mudança da produção de caráter artesanal para a de caráter industrial, nas quais os produtos, por meio do desenho industrial, se tornam adequados à produção em larga escala. Desta forma, à estes produtos é atribuído o termo “objeto” precedente à sua condição, conforme afirma Geraldo de Barros: “Arte concreta é ideia-objeto, é objeto pintura”⁵⁰.

Portanto, Geraldo de Barros ao atribuir o nome Hobjeto à empresa possivelmente se referiu à capacidade de industrialização de seus produtos

⁴⁶Pascoal Onélio Morandi associou-se à Hobjeto em 1965 e Alfredo Lopes, Nelson Giuliano Rey e Epaminondas de Andrade associaram-se em períodos distintos de sua atividade (ver documentos disponíveis na Junta Comercial do Estado de São Paulo – JUCESP disponível para consulta em: <https://www.jucesponline.sp.gov.br>).

⁴⁷A Hobjeto inicia-se oficialmente em 07 de maio de 1968 (ver documentos disponíveis na Junta Comercial do Estado de São Paulo – JUCESP disponível para consulta em: <https://www.jucesponline.sp.gov.br>).

⁴⁸MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

⁴⁹BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

⁵⁰BARROS, Geraldo de. *Da produção em massa de uma pintura: quadros a preço de custo*. São Paulo: Galeria Seta, 1967.

relacionada à seu bom desenho, qualidade e durabilidade, características “permanentes” que em conjunto conformam o móvel atemporal correspondentes ao termo “hoje”.

A leitura da expressão “Hobjeto de hoje” está presente de maneira implícita nas logomarcas de todos os períodos da empresa, podendo ser notado pelo destaque atribuído às letras em caixa alta “h”, “o”, “j” e “e” em anúncios e imagens publicitárias.

O desenho da logomarca foi idealizado por Geraldo de Barros⁵¹ de modo que correspondesse às características formais do conjunto de móveis vigente nas lojas, ou seja, este se modificaria de acordo com a linguagem do desenho das novas peças. Ao longo da primeira fase da empresa a logomarca de traços retilíneos acompanhava as linhas ortogonais presentes no desenho do mobiliário (Figura 10). Conforme os cantos arredondados foram incorporados aos móveis a marca se modificou novamente, apresentando fontes com extremidades curvas em correspondência ao mobiliário (Figura 11). O mesmo ocorreu no período de transição para a linha tubular cujo desenho da logomarca representava o conceito de modernidade presente nos tubos metálicos que compunham os móveis (Figura 12).

“Quando apareceu a linha do tubo o Geraldo falou vamos mexer nas formas parecendo o tubo, eu até não gostei porque era tão bonita aquela marca anterior”.⁵²

⁵¹ Geraldo de Barros havia elaborado a logomarca de empresas como: Unilabor, Equipesca, Cerâmica Campinas, Lan Over Malharia, Tecidos Paramont, Escriba, Hobjeto, Turitur Turismo, Construtor Tainá, Ofino Supermercados, Vest Confecções entre outras.

⁵² BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

Figura 10 Marca da Hobjeto entre 1964 e 1966. Notar o destaque para as letras “h”, “o”, “j” e “e” que formam a palavra “hoje” enfatizando o significado do nome Hobjeto. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.

Figura 11 Logotipo da Hobjeto criado por Geraldo de Barros na década de 1970. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.

Figura 12 Logomarca que corresponde à linha tubular. Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.

Geraldo além de se responsabilizar pelo desenho do móvel, foi capaz de implantar com liberdade a reformulação dos processos produtivos, introduzindo a automatização, a expansão e a modernização em sua atuação na Hobjeto. Estas modificações acarretariam a necessidade de aquisição de novos conhecimentos à respeito das etapas produtivas e da prática no manuseio do novo maquinário⁵³. Apesar de as mudanças introduzidas inicialmente implicarem em uma produção de caráter industrial, esta ainda contava com o trabalho manual para que as suas etapas fossem concluídas (CLARO, 2012).

Desta forma, com o grupo de trabalho formado, organizaram a produção na oficina de Antônio Bioni separando a produção industrial formada em maior parte pelas camas-beliche, da fabricação de encomendas que, no momento, era indispensável por fornecer o suporte financeiro e comercial para o desenvolvimento da parcela industrial.

O mobiliário seriado apresentava uma maior vantagem em relação aos custos de produção e à facilidade de comercialização, porém, ao contrário do que ocorria com o mobiliário sob encomenda o qual determinada quantia era recebida como sinal antes de sua fabricação, o retorno da produção em série era obtido de sessenta a noventa dias após a produção, o que sujeitava a empresa a obter certa reserva de capital. Deste modo, a Hobjeto passou a adotar os dois métodos produtivos até a produção seriada prevalecer sobre a produção sob encomenda⁵⁴.

2.2. A participação na Feira Nacional de Utilidades Domésticas (UD) e o Prêmio Roberto Simonsen⁵⁵

O Prêmio Roberto Simonsen, realizado anualmente na Feira Nacional de Utilidades Domésticas também conhecida como UD (Figura 13), em São Paulo,

⁵³ Houve a tentativa por parte de Geraldo de Barros de se atualizar do sistema produtivo durante o período da Unilabor, porém, não se viabilizou devido à desacordos entre seus integrantes.

⁵⁴ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

⁵⁵ Subitem desenvolvido com base em entrevista concedida por Marcos Braga à autora em 12 de dezembro de 2017.

Figura 13 Fotografia da entrada da IX Feira Nacional de Utilidades Domésticas (UD), estima-se o ano de 1968 correspondente à edição da feira. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.

contemplava diversas categorias de produtos domésticos produzidos industrialmente ou em série⁵⁶. Com o patrocínio da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) foi criado em 1962 e perdurou até o ano de 1971, se estabelecendo como pioneiro no campo do design de produto. Dentre as categorias de premiação em suas oito edições estavam o “Primeiro Lugar” e o “Prêmio Boa Forma”.

Antônio Bioni⁵⁷ e Geraldo de Barros receberam pela primeira vez o “Prêmio Boa Forma”⁵⁸ em sua 3ª edição, em 1965, com a cama-beliche (Figura 14) fabricada pela Bioni & Companhia Limitada⁵⁹. A cama-beliche era composta por duas camas de solteiro que empilhadas conformavam um beliche por meio de encaixes e travamentos entre suas peças. Esta fora projetada para a produção em larga escala, constituída por componentes de madeira⁶⁰ com medidas similares a fim de baratear custos e otimizar o processo de fabricação.

⁵⁶ Entrevista concedida por Marcos da Costa Braga à autora em 12 de dezembro de 2017.

⁵⁷ Antônio Bioni contribuiu para o desenvolvimento de soluções técnicas como encaixes e travamentos.

⁵⁸ Documento sem data, concedido por Mauro Claro, obtido no Arquivo Alcântara Machado Feiras e Exposições, em julho de 2012, datilografado, na forma de um comunicado à imprensa, intitulado “1965 – VI UD”.

⁵⁹ A Hobjeto, apesar de ter sido criada no ano de 1964, neste período possivelmente estava em fase de legalização, motivo pelo qual o prêmio foi atribuído à Bioni & Companhia Limitada Indústria e Comércio de Móveis. Informação cedida à autora por Marcos Braga em 12 de dezembro de 2017.

⁶⁰ Segundo Geraldo de Barros em depoimento à Júlio Moreno e Lenita Outsuka, Alfredo Lopes teria sido o idealizador do aproveitamento de madeiras utilizadas como lenha em padarias para a execução do beliche.

Figura 14 Beliche exposto na VI Feira UD, 3ª edição do Prêmio Roberto Simonsen. Fonte: ABDI. Revista Produto e Linguagem. São Paulo: ABDI. v. 1, n. 2, segundo trimestre. 1965. p.12.

O Júri, definido pela Associação Brasileira de Desenho Industrial (ABDI), representado por instituições comprometidas com a questão do desenho industrial⁶¹ no período, selecionou o projeto da dupla considerando seu uso múltiplo, simplicidade construtiva, característica modular, otimização do número de peças, emprego da madeira maciça, capacidade de desmonte, estocagem e transporte⁶².

Na feira a gente tinha um espaço de quatro por quatro, e tinha só o beliche exposto. E eu tinha um tio aposentado que ficava lá vendendo o beliche e pendurando as letras Hobjeto dos dois lados com fio de nylon, o vento movimentava e todo mundo tentava ler. Sem recurso não tinha dinheiro.⁶³

⁶¹ Entre o Júri estavam instituições como: IAB, ESDI, FAUUSP, FAU-Mackenzie e ABDI.

⁶² Ainda nesta ocasião a Mobília Contemporânea recebeu o mesmo certificado com o projeto de uma escrivaninha elaborada por Michel Arnould.

⁶³ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

Figura 15 Mesa Bergmiller e cadeira Hobjeto. Fotografia de German Lorca, publicada na Revista Produto e Linguagem. Fonte: Produto e Linguagem. São Paulo: ABDI. v. 2, n. 3, primeiro trimestre. 1966. p. 32. Fonte: Imagem cedida por Marcos Braga à autora.

Na 4ª edição, em 1966, a mesa de jantar Bergmiller em jacarandá da Bahia⁶⁴ projetada por Geraldo de Barros para a Hobjeto, recebeu o “Prêmio Boa Forma” pela “clareza da solução estrutural, pela facilidade de produção e transporte”⁶⁵ (Figura 15).

No ano de 1967, na 5ª edição do prêmio, a mesa extensível (Figura 16), conhecida como mesa “elástica”⁶⁶, fabricada pela Hobjeto e desenhada por Antônio Bioni com a aprovação de Geraldo de Barros, recebeu o “Prêmio Boa Forma” na VIII Feira UD. A peça premiada apresentava uma corrediça, também projetada por Bioni, que permitia a ampliação de seu tampo circular para o formato oval.

A 7ª edição do prêmio na X Feira UD, em 1969, foi dedicada à apresentação de móveis práticos para a casa moderna, selecionando os participantes que

⁶⁴ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

⁶⁵ ABDI. Revista *Produto e Linguagem*. São Paulo: ABDI. v. 2, n. 3, primeiro trimestre. 1966. p. 32.

⁶⁶ Denominação utilizada por Antônio Bioni em depoimentos.

Figura 16 Mesa “elástica”. Sem data. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.

apresentaram móveis práticos ao lar, enfatizando a racionalização e a eficiência em espaços internos. O “Prêmio Boa Forma”⁶⁷ foi entregue à Hobjeto por uma mesa de imbuia com tampo de aglomerado folheado, de fácil montagem e alta capacidade para a produção em grande escala, desenhada por Geraldo de Barros, Antônio Bioni e Elias Mousa Asfour⁶⁸.

No ano de 1970, assim como nas edições anteriores, a Hobjeto recebeu o “Prêmio Boa Forma”, atribuído a icônica linha de móveis desenhados por Geraldo de Barros com a participação de Elias Asfour (Figura 17). A linha foi produzida a partir do emprego do aglomerado e apresentava vértices arredondados propostos por Antônio Bioni como solução de melhor acabamento para o material, que acabaram por se tornar marca registrada da Hobjeto.

Em toda a trajetória da Hobjeto ao longo do Prêmio Roberto Simonsen, nota-se a contribuição de Bioni na maioria das peças premiadas, o que evidencia a sua importância, em conjunto com o desenho proposto por Geraldo de Barros, na

⁶⁷ A Mobilinea também recebeu o prêmio por uma cadeira desenhada por Ernesto Hauner.

⁶⁸ Elias Mousa Asfour foi um talentoso marceneiro libanês que trabalhou para a Coroa Britânica e ao vir para São Paulo contribuiu para a Unilabor e posteriormente para a Hobjeto, onde era ocupado de fazer os protótipos dos móveis em desenvolvimento e, nas horas vagas, se responsabilizava pelo feito das maquetes utilizadas como demonstração nas lojas.

Figura 17 Fotografia de German Lorca da cadeira de aglomerado, parte da linha de móveis premiada. Imagem cedida por Marcos Braga à autora. Sem data.

criação de soluções técnicas simplificadas, quesitos estes indispensáveis à premiação.

O “Prêmio Boa Forma” também atribuído às peças de mobiliários produzidas pelas empresas Mobilinea e Mobília Contemporânea, consideradas como principais concorrentes da Hobjeto (HUGERTH, 2015), de certa forma as equipara quanto a capacidade de industrialização do móvel moderno e a qualidade do desenho de suas peças, consolidando a real concorrência entre estas.

2.3. A primeira loja Hobjeto: arte e design.

Em 1971, a Hobjeto participou da exposição “Mobiliário Brasileiro: premissas e realidade”, no MASP, com curadoria de Pietro Maria Bardi, considerada como a primeira divulgação com foco no mobiliário brasileiro que reuniu trabalhos de renomados artistas e designers⁶⁹ (HUGERTH, 2015).

⁶⁹ Entre os participantes estavam: A & O, Aki, Ambiente, Ao Gôsto, Arredamento, Bernardini, Dominici, Forma, Hobjeto, Inter/Design, L’Atelier, Lafer, Lustres Pelotas, Probjeto, Ruth Decorações e Tecnogeral.

No ano seguinte, a Hobjeto teve seus móveis expostos no Anhembi, na 8ª FUSE (Feira Internacional de Utensílio e Serviços de Escritório) em conjunto com outras empresas⁷⁰ também atuantes na produção de móveis para escritórios (HUGERTH, 2015).

Embora obtendo o reconhecimento da qualidade e divulgação de seus produtos pelo Prêmio Roberto Simonsen e pela participação em mostras de design, a Hobjeto, passou por dificuldades de comercialização de suas peças tendo que vendê-las, no ano seguinte, em magazines. A política dos magazines estimulava a concorrência entre os pequenos produtores de móveis, gerando situações comerciais em que se submetiam a uma concorrência desleal e ao aceite de imposições de condições desfavoráveis à pequena indústria⁷¹ conforme explica Geraldo de Barros em entrevista:

Eles atiram uma oficina contra a outra. Eles chamam por ex., o que tem preço melhor de que o produto da gente, depois nos chamam e dizem: olha, fulano tem preço mais barato, você tem que dar um jeito nisso. Então a gente reestuda o preço do custo, abaixa, para poder continuar fornecendo. Daí chamam de novo e outro e fazem a mesma coisa, e assim por diante.⁷²

Este tipo de conduta, além de não ser um canal de venda adequado ao móvel moderno (SANTOS, 2015) pela diferença de público alvo, enfraqueceu a produção industrial de beliches e quase a levou a Hobjeto à falência em 1966. A imposição da redução de valores pelos magazines arruinou inúmeras pequenas indústrias que, para conseguir comercializar seus produtos, reduzia os custos de produção por meio da admissão de funcionários menores de idade, sem registro e explorando-os até a situação se tornar insustentável⁷³.

Logo, como forma de superar o momento de crise industrial e comercial, passaram a vender os beliches com preços acessíveis diretamente ao consumidor final e, devido ao sucesso de vendas (Figura 18), notaram a vantagem em abrir uma loja própria.

⁷⁰ Entre as empresas estavam: Mobilinea, Escriba, Probjeto, Ambiente e Teperman.

⁷¹ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

⁷² Ibidem.

⁷³ Ibidem.

Beliche **HOBJETO**

Premiado na VI UD

Figura 18 Anúncio do Beliche Hobjeto, ícone da marca neste período. Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.

Figura 19 Ambiente proposto para a primeira loja da Hobjeto na Rua Iguatemi. Sem data. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.

O emprego no Banco do Brasil acabou por refletir diretamente em sua atuação profissional como desenhista de móveis principalmente na Hobjeto pois, por proporcionar segurança financeira, tinha maior autonomia para correr riscos e experimentar posicionamentos ousados sem comprometer a sua estabilidade. Certamente as noções de economia adquiridas por sua formação e sua experiência no banco o auxiliaram na administração da empresa, contribuindo para que superasse momentos de crise, o que era um diferencial em relação a seus concorrentes.

Para a nova loja, Geraldo de Barros recorreu ao padrão utilizado pela Unilabor o qual os móveis eram expostos como modelos e produzidos depois de vendidos. Deste modo, não se fabricava móveis em maior quantidade do que se comercializava não sendo necessária a criação de estoque, o que evitava desperdícios e prejuízos à empresa.

A Hobjeto, então abriu sua primeira loja no número 960 da Rua Iguatemi (Figura 19), hoje Avenida Faria Lima⁷⁴. O local, escolhido, foi consultado em uma pesquisa de mercado que o apontava como sendo um futuro corredor comercial. Também foi considerada a sua proximidade ao futuro Shopping Center Iguatemi,

⁷⁴ Nesta trabalhavam três vendedoras, a sobrinha de Antônio Bioni e a gerente Lourdes, conhecida como Lula, tia de Geraldo de Barros.

ainda em construção, como um ponto com potencial para a venda de móveis de boa qualidade.

A percepção de Geraldo de Barros quanto a futura condição do local de implantação da primeira loja da Hobjeto, revela seu caráter visionário e ousado visto que, neste período, conforme afirmação de Antônio Bioni em entrevista, a Avenida Iguatemi era uma rua estreita “vai e vem”⁷⁵. Desta forma, a natureza empreendedora de Geraldo de Barros foi fundamental para o desenvolvimento da Hobjeto principalmente em seu momento inicial.

O espaço interno da loja alugada abrigava o *showroom* da linha produzida, que neste período era formada por poucos itens. O ambiente interno era grande comparado à quantidade de objetos exibidos assim, no amplo espaço vazio restante foi instalada a *Rex Gallery and Sons*, uma galeria⁷⁶ de arte sem um público alvo determinado, que se tornou um sucesso no meio artístico, contribuindo para a atração de possíveis consumidores para a loja da Hobjeto.

No período em que fez parte da *Rex*, Geraldo realizou interferências sobre imagens publicitárias⁷⁷, como *outdoors* e cartazes, incorporando-os em seus quadros de forma a agrupar a arte, a comunicação visual e o público em uma mesma obra (Figura 20).

A partir de recortes e pinturas colados em madeira, Geraldo pretendia recodificar os símbolos publicitários indicando a possibilidade de rompimento com o consumo imposto pela comunicação em massa. O artista, insere as mensagens publicitárias em um contexto de cores e formas tornando-as mais próximas da realidade configurando assim uma nova identidade e sentido. Desta forma, é possível afirmar que estes conceitos estão diretamente relacionados à propaganda, podendo ser identificados nos anúncios publicitários da Hobjeto o que indica que Geraldo possuía um certo domínio sobre o tema.

O Grupo Rex foi um movimento de pintura responsável pela introdução da *pop art*, formado inicialmente por Geraldo de Barros, Nelson Leiner, Wesley Duke Lee, Carlos Farjado, José Rezende e Frederico Nasser (HUGERTH, 2015).

⁷⁵ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

⁷⁶ Assim como na Hobjeto, o Studio Palma, a Artesanal, a Forma e a Mobilinea utilizavam o espaço de suas lojas como galeria.

⁷⁷ Recolhidas na rua ou compradas em locais específicos.

Figura 20 Orlando Orfei e a Leoa. Pintura a óleo e colagem sobre aglomerado, 68 x 115cm, São Paulo, 1974. Coleção Claudio Leone. Fonte: BARROS, 2013, p.170.

O movimento, contrário ao conservadorismo nas artes plásticas, tinha como principal objetivo combater o tratamento distante e comercial em relação o trabalho artístico⁷⁸ por meio da organização de exposições de rua, contribuindo para o expectador se tornar participante da obra de arte⁷⁹.

A galeria permaneceu ativa por dois anos, e como forma de encerramento do Grupo Rex, que já tinha cumprido seus objetivos, foi planejado seu último evento, o memorável *happening*. A exposição, ocorrida em 1966, causou agitação no quarteirão da galeria e então loja da Hobjeto, que desde cedo foi rodeada por fotógrafos, cinegrafistas e pessoas que chegavam a todo momento à espera da exposição. Denominada “Pegue Leve” foi de caráter pouco convencional onde tudo era permitido acontecer. A proposta da exposição era de as obras de arte não serem vendidas e sim dadas aos visitantes se conseguissem ultrapassar os obstáculos inusitados estipulados pela própria mostra. Nesta haviam obras acorrentadas em bases de concreto, presas em jaulas, e protegidas por piscinas disponíveis a quem desejasse pegá-las. O evento se encerrou quando inesperadamente acabou a luz, e por nove minutos as pessoas devastaram a galeria levando tudo o que conseguiam, incluindo elementos que não pertenciam à exposição como quadros de aviso, cadeiras e mesas (BARROS, 2013).

⁷⁸Texto sem referência do autor. “Geraldo de Barros: doze anos depois do Grupo Rex”. *Folha de São Paulo*: p.35, 15 de abril de 1977.

⁷⁹Idem.

Com a divulgação impulsionada pela presença da Galeria Rex, a Hobjeto começou a se desenvolver progressivamente, se consolidando por meio da comercialização de sua linha própria de móveis e do encerramento da produção por encomendas.

Nos anos seguintes, foi construída a ampla e sofisticada⁸⁰ loja da Avenida Faria Lima, com uma extensa fachada que permitiu a colocação de um grande cartaz, que foi um sucesso na época⁸¹. Em seguida, de acordo com anúncios do período, vieram as lojas da Rua Augusta, Av. Pacaembu, Av. Sumaré, Shopping Center Ibirapuera, São Bernardo do Campo, Shopping Center Norte, Campinas e Brasília além de revendedores exclusivos em Belém, Salvador, Brasília, Porto Alegre, Ribeirão Preto e Belo Horizonte⁸².

2.4. O desfecho

No decorrer das décadas de 1970 e 1980 a Hobjeto com o sucesso de vendas de seus produtos alcançou auge de sua produção industrial, contando com setecentos trabalhadores em suas fábricas. Esta, pela organização e administração de seus líderes, era considerada como um bom local de trabalho, incluindo arquitetos e designers em seu quadro de funcionários (CLARO, 2012).

Em 1982, Antônio Bioni devido ao estresse e problemas cardíacos ocasionados pela grande quantidade de trabalho e jornadas exaustivas na fábrica, decide sair da empresa⁸³ que passou a ser administrada por Geraldo de Barros e Pascoal Onélio Morandi⁸⁴.

⁸⁰ Entrevista concedida por Fabiana de Barros, à autora em 15 de julho de 2016, na cidade de São Paulo, com 1h e 30 min de duração.

⁸¹ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

⁸² Anúncio da Hobjeto no jornal *Estado de São Paulo* no dia 25 de setembro de 1983 caderno feminino p. 156.

⁸³ Após o desligamento da Hobjeto, Bioni comprou uma fazenda em Pilar do Sul, onde passou a produzir alfaces para as franquias do McDonald's.

⁸⁴ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

Posteriormente, Geraldo de Barros pressionado pela crise mundial do petróleo que afetou diretamente a estrutura da Hobjeto em conjunto com conflitos ideológicos, adoece e decide por se afastar do comando da empresa. Geraldo, sempre envolvido com a arte, monta um atelier dentro da fábrica e passa a desenvolver novos trabalhos artísticos com a ajuda de José Soares de Oliveira, o Zezinho, seu companheiro no desenho de móveis, por motivos de dificuldade motora. No atelier é criada a série de cinquenta e cinco quadros em fórmica de diversos tamanhos, intitulada *Jogos de Dados* e posteriormente a série *Sobras*.

Com o afastamento de Geraldo, a identidade Hobjeto, representada pelos ideais do artista no *design* de seus móveis, se perdeu. Estes acabaram por gradativamente apresentar um desenho convencional como tantas outras empresas do período. Provavelmente a mudança na configuração dos móveis, ocasionou a queda das vendas, o que levou a venda da marca Hobjeto, nos anos 1990, para uma fábrica de estofados em Piracicaba.

3. O MÓVEL INTELIGENTE

A partir da apresentação da trajetória da Hobjeto, o objetivo deste capítulo é explorar os aspectos que orientaram a configuração do mobiliário produzido pela empresa como contribuição ao panorama de seu percurso.

Iniciando a partir do conceito de móvel moderno, serão explorados os fatores que influenciaram no desenho da mobília como forma de compreensão do pensamento do artista em relação ao design e às suas formas de produção. O desenho simples, racional e modular, a escolha de materiais combinados à produção em larga escala e à intenção em atingir um grande número de pessoas independentemente de suas classes sociais, foram fatores que orientaram a trajetória do desenhista de móveis. Geraldo de Barros defendia o mobiliário de bom desenho, produzido em escala e de custo acessível ao consumidor, ideais estes que sempre buscou alcançar com esforço e dedicação até o desfecho de sua participação na Hobjeto.

À seguir, serão descritas as linhas de móveis sem a intenção de apresentá-las em sua totalidade, mas analisando suas especificidades materiais e produtivas a fim de compreender os processos que envolvem a produção e o desenho do móvel. Por fim, será discutida a influência de modismos na concepção do mobiliário Hobjeto proporcionando o entendimento de como estes condicionaram a sua conformação à uma linguagem comum à outras empresas do ramo.

3.1 O conceito de móvel moderno para Geraldo de Barros.

Figura 21 Slogan Hobjeto “O móvel inteligente”. Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.

Geraldo de Barros, assim como os artistas que compartilhavam do pensamento concreto, defendia o projeto como elemento essencial para a obtenção de um objeto acessível à amplas camadas sociais, fator que o diferencia do objeto produzido artesanalmente. Desta forma, o desenho é utilizado como guia para a produção em grande escala, possibilitando a replicação ilimitada do objeto.

Os objetos obtidos de um projeto são originais e únicos. O fato de serem iguais entre si é uma decorrência. Se, se copia o objeto que é produto de um projeto, não se está produzindo objetos a partir de um projeto. A diferença é qualitativa e não quantitativa. O projeto se mantém íntegro e os objetos obtidos, neste caso, permanecem únicos apesar de produzidos em enormes quantidades, ou em massa.⁸⁵

Os processos de desenho do mobiliário propostos por Geraldo de Barros durante sua atuação na Unilabor e depois na Hobjeto apresentam conceitos correspondentes aos de suas obras como artista plástico e fotógrafo ao longo de sua participação no Concretismo Brasileiro. A organização formal e as construções geométricas que estruturam as telas e as peças de mobiliário demonstram que, em ambos, estão presentes os princípios da multiplicação e modulação das formas (SANTOS, 2010).

⁸⁵ BARROS, Geraldo de. *Da produção em massa de uma pintura: quadros a preço de custo*. São Paulo: Galeria Seta, 1967.

O desenho do móvel projetado por Geraldo se caracteriza por formas geométricas simples e suas relações entre cores e formas evidenciam que o artista tinha amplo domínio sobre a composição, ou seja, grande parte do conhecimento formal aplicado no adquirida anteriormente durante a fase concretista (SANTOS, 2010).

Apesar de dominar o conhecimento sobre o desenho do móvel moderno, não se considerava um desenhista industrial, e sim um conhecedor da produção de móveis de madeira e de ferro, assim como muitos artistas concretos vindos de outras áreas de atuação:

Não sei desenhar uma geladeira, um ferro de passar roupa. Poderia, talvez, resolver um problema também, mas depois de um estudo, teria que fazer um curso de desenhista industrial porque, em princípio, o desenhista industrial sabe resolver qualquer problema de desenho do objeto. Eu conheço a produção de móveis e não me considero um desenhista industrial. Eu posso ser um desenhista industrial de móveis.⁸⁶

A metodologia de desenho do mobiliário proposta por Geraldo desde a época da Unilabor constituía inicialmente na elaboração de um croqui feito por ele que posteriormente era apresentado aos marceneiros responsáveis pela execução de um protótipo⁸⁷. O mesmo ocorria na fábrica da Hobjeto, onde a partir do desenvolvimento do modelo, em um local reservado dos curiosos⁸⁸, trabalhava com a equipe de marceneiros que o auxiliava nos estudos sobre os modos de viabilizar a serialização da peça em questão.

Os protótipos, que na maioria dos casos tinham que ser refeitos inúmeras vezes, eram utilizados como instrumentos para a realização de testes. Nestes, eram ajustadas as medidas, as proporções, a ergonomia, o conforto, o emprego de materiais e a composição em relação à outras peças de mobiliário⁸⁹.

⁸⁶ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

⁸⁷ Elias Mousa Asfour era o encarregado de produzir os protótipos dos móveis da Hobjeto.

⁸⁸ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

⁸⁹ MORENO, Júlio e OUTSUKA, Lenita. Geraldo de Barros o precursor. In *Revista Design & Interiores*, n. 28. Projeto Editores: São Paulo. 1992. p.49-53.

A gente testa tudo. Se é uma cadeira, por exemplo, a gente senta, coloca junto da mesa, vê a altura, confere o conforto. Depois de testada e viabilizada, a peça recebe o desenho final.⁹⁰

Portanto, é possível afirmar que o método de concepção do produto adotado por Geraldo de Barros possibilitou a participação efetiva do *designer* em todas as etapas do desenvolvimento do produto até a concepção final da peça, o que contribui para um melhor resultado estético e de adequação produtiva.⁹¹

Do ponto de vista de Geraldo de Barros, para se obter um bom produto era preciso considerar a estética, a funcionalidade, a racionalidade e a relação com o ambiente que o cerca (SANTOS, 2010). O artista prezava a busca pelo essencial traduzida no móvel por meio de formas puras, soluções simples e funcionais atribuídas a detalhes construtivos e encaixes⁹² que, quando bem projetados simplificariam o desenho e a fabricação das peças.

Estas características, ao serem manifestadas nas peças de mobiliário podem ser confundidas com certa ausência de responsabilidade formal por parte de Geraldo de Barros, o que seria um equívoco. Certamente, as formas sólidas e estruturas robustas correspondem às propriedades do material empregado e às suas limitações quanto tecnologia disponível, representando o grau máximo da simplificação produtiva. Antônio Bioni compartilha do mesmo pensamento conforme depoimento:

A gente pra desenhar acho que todos nós temos esse vício, começa complicando tudo, as coisas são mais simples do que nós fazemos. O difícil é ser simples, o difícil é ser simples.⁹³

⁹⁰ MORENO, Júlio e OUTSUKA, Lenita. Geraldo de Barros o precursor. In Revista *Design & Interiores*, n. 28. Projeto Editores: São Paulo. 1992. p.49-53.

⁹¹ Ibidem.

⁹² Ibidem.

⁹³ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

Modulação

Figura 22 Empilhamento de perfis modulares em chapas de aglomerado que compõem as laterais das cadeiras. Acervo de Fabiana de Barros. Sem data.

O processo de projeto do móvel moderno doméstico busca resolver a sua forma e função, para que corresponda às necessidades geradas pela redução dos espaços internos das moradias representadas em apartamentos do período. Desta maneira, forma e função são determinadas pela escolha da combinação de seus módulos, uma vez estudados e dimensionados racionalmente para que haja a facilidade de armazenamento, barateamento de custos e capacidade replicação possibilitando o acesso a um maior público (Figura 22).

Geraldo de Barros guiado pelos princípios concretistas, considerava o Desenho Industrial como solução para a padronização da produção dos objetos em série de forma a torná-los acessíveis à grandes massas⁹⁴ conforme afirma: “A tentativa da arte concreta em sua finalidade, era a de socializar a arte, obter um objeto a partir de um projeto”⁹⁵. Este pensamento além de influenciar o desenho do móvel, se refletia diretamente nos seus modos de produção tendo em vista atingir a grande escala.

A partir disso, Geraldo utilizou como conceito para o desenvolvimento do desenho e concepção das linhas de mobiliário, tanto para a Unilabor como para a

⁹⁴ Design: Geraldo de Barros. *Revista Casa & Jardim*. n. 199, 1971, p. 24 - 27.

⁹⁵ BARROS, Geraldo de. *Da produção em massa de uma pintura: quadros a preço de custo*. São Paulo: Galeria Seta, 1967.

Hobjeto, estudos sobre a aplicação da capacidade de industrialização de objetos realizados a partir de móveis de Walter Gropius. Estes, desenhados a partir da padronização de componentes e medidas, possibilitavam diversos agrupamentos configurando inúmeras possibilidades de conjuntos e subconjuntos de móveis conforme explica ao se referir à primeira linha da Unilabor:

Ela tinha como princípio a aplicação de tudo o que eu tinha tomado conhecimento desde Walter Gropius, na Bauhaus, o trabalho que ele realizou em 1926, desenhando móveis, o confronto de todo um tipo baseado no que eu chamava, naquela época, de subconjunto. Eram peças como se fosse um jogo de quebra-cabeças em escala grande, quer dizer, deveríamos ter o menor número de subconjuntos passíveis e aplicá-los em toda uma linha de residência e fazê-los dar um rendimento transformando em conjunto (uma cadeira, uma mesa, uma estante).⁹⁶

Desta forma, com a produção de 150 módulos combinados a Hobjeto conseguia fabricar cerca de quinhentos modelos distintos de móveis, atingindo um significativo barateamento do produto industrializado. Assim, a modulação permitia a configuração de diversos conjuntos de móveis que poderiam ser adquiridos a progressivamente pelo público, o que viabilizaria o acesso à maiores camadas sociais.

A partir de 1968, a Hobjeto passou a produzir o móvel completamente industrializado em grande escala⁹⁷ com a utilização do maquinário tradicional comum ao setor moveleiro do período. Geraldo havia experimentado algo semelhante com o Padrão UL (CLARO, 2004) desenvolvido para a Unilabor porém, em uma escala menor conforme afirma “A Hobjeto é o estágio máximo, a indústria mesmo. Ela é o que eu gostaria que a Unilabor tivesse sido”.⁹⁸

O anúncio “o que é o móvel modulado HOBJETO” (Figura 23), explica ao leitor a definição de móvel modulado por meio dos desenhos de cada peça que compõem o ambiente exemplificado pela fotografia, demonstrando passo a passo as possíveis configurações e usos de móveis proporcionados pela padronização de suas medidas. Este também orienta o público quanto as possibilidades de

⁹⁶ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

⁹⁷ MARTINS, 2017.

⁹⁸ MORENO, Júlio e OUTSUKA, Lenita. Geraldo de Barros o precursor. In *Revista Design & Interiores*, n. 28. Projeto Editores: São Paulo. 1992. p.49-53.

configurações do arranjo do mobiliário no interior de moradias, demonstrando que com os mesmos módulos é possível compor diversas montagens de acordo com o espaço disponível e às necessidades de cada consumidor. Conforme descrito no corpo do anúncio:

A linha HOBJETO foi desenhada por Geraldo de Barros, que considerou em primeiro lugar as exigências e os hábitos de hoje. É prática. Extrema mobilidade das peças. Dimensões próprias para qualquer espaço.

Desta forma, o eixo funcional representado no anúncio, composto por diversos módulos, é proposto como forma de organização do espaço, disposição comum aos ambientes elaborados pela Hobjeto. Portanto, é possível estabelecer a relação entre mobília e espaço, revelada pela intenção de Geraldo de Barros em disseminar o estilo moderno ao público orientando-o sobre formas de composição do espaço.

A partir da análise do desenho modular do mobiliário proposto por Geraldo de Barros é possível afirmar que em sua atuação tanto na Unilabor como na Hobjeto havia um pensamento coerente com as bases do desenho industrial de aumento da produção e redução de custos o que acabou por se consolidar de fato na Hobjeto com a produção seriada em escala. Portanto, é válida a declaração de que a produção em série realizada pela Hobjeto foi alcançada com sucesso por meio da racionalização do sistema produtivo otimizado pela redução do número de peças que compunham a mobília residencial.

o que é o móvel modulado **HOBJETO**

Módulo quer dizer "medida logicamente predeterminada".

Um módulo se estabelece para combinar e produzir inúmeras variações.

A Linha HOBJETO é composta de elementos modulados, dos quais fazem parte as duas caixas básicas de uma e duas portas:

C-52 L-52 A-73

C-102 L-52 A-73

Os mesmos elementos modulados produzem os tipos abaixo:

As outras peças da linha obedecem sempre ao mesmo princípio.

Assim, para compor o ambiente da foto, temos:

Estes elementos foram tomados ao acaso, sem obedecer a nenhum programa definido. Naturalmente, nas lojas HOBJETO você poderá escolher a combinação que mais convenha ao espaço de seu quarto e sua necessidade de guardar. Apenas para exemplificar, damos abaixo um aproveitamento dos mesmos elementos usados na fotografia:

Dêste modo, HOBJETO pode atender a pedidos de móveis para uma residência completa, pois tem até beliches, sofás-camas e armários guardas-roupas... modulados.

A Linha HOBJETO foi desenhada por Geraldo de Barros, que considerou em primeiro lugar as exigências e os hábitos de hoje. É prática. Extrema mobilidade das peças. Dimensões próprias para qualquer espaço. Os materiais empregados resistem ao uso constante e são de fácil conservação. É útil, pela grande capacidade interna de suas peças.

É estética, de medidas harmônicas e unidade nas combinações moduladas. Em jacarandá da Bahia e Imbula, é sóbria e discreta, de modo que dura visualmente, pois não cansa os olhos. É econômica. Ótima durabilidade física, graças à qualidade da matéria-prima e excelente marcenaria. Preços acessíveis, que resultam da simplicidade da fabricação.

Enfim: para a vida de HOJE, OBJETOS DE HOJE.

MÓVEIS **HOBJETO**

Rua Iguatemi, 960 - tel. 80-8964
Rua Afonso Brás, 497 - tel. 267-2173
Av. Jabaquara, 1670 - tel. 71-7296
Fábr.: Av. Antônio Piranga, 2627 - Diadema - SP

Figura 23 Anúncio "o que é o móvel modulado HOBJETO" que orienta o leitor sobre as possíveis configurações do móvel modular. Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.

A produção industrial

Figura 24 Vista externa da fábrica da Hobjeto em Diadema. Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.

O anseio de Geraldo de Barros em atingir grandes camadas populacionais orientou a implantação da produção industrializada pois, esta se tornaria coerente quando destinada a um mercado consumidor correspondente à sua escala produtiva. Deste modo, a proposta de produção em larga escala está diretamente relacionada aos princípios concretistas do design social (CLARO, 2012) o que possibilita a afirmação de que a fabricação seriada do mobiliário doméstico de desenho simples e funcional implementou o consumo do design em larga escala.

O desenho racional do móvel proporcionou o aumento da capacidade produtiva e, portanto o barateamento do custo das peças e a sua maior comercialização, sendo necessária a ampliação do espaço da fábrica, conforme explica Geraldo de Barros em entrevista:

A seriação possibilitou a produção do mobiliário modular a partir da composição de uma quantidade determinada de componentes que configuravam incontáveis modelos de móveis. Tal fato proporcionava o significativo barateamento do custo das peças, o que gerou o aumento da demanda e consequentemente o crescimento e necessidade de especialização da produção. O crescimento significativo da produção fez

com que a primeira fábrica localizada no Jabaquara fosse mudada para Diadema e posteriormente para São Bernardo do Campo.⁹⁹

O aumento da capacidade industrial exigia o controle e organização da produção para que o produto final atendesse a um certo padrão de qualidade, para tal, era necessária a normatização das peças.

Neste período, a inexistência de normas técnicas dirigidas à produção em série era um obstáculo ao avanço do campo do desenho industrial. De acordo com Geraldo de Barros¹⁰⁰ era impossível estabelecer uma produção em escala sem respeitar as normas técnicas pois, além de representarem o avanço técnico e tecnológico, contribuíam para a concepção de um bom desenho do produto e para a otimização da produção, originando peças de melhor qualidade que atendessem às necessidades do público conforme afirma: “Numa produção, se você tiver, entre 100 peças, 90 ótimas e 10 péssimas, você não tem nada. É melhor você ter 100 peças boas. É base de tudo.”¹⁰¹

No caso da Hobjeto, a falta de normas técnicas afetava diretamente a produção em série, ocasionando prejuízos que reduziam a produtividade da empresa como: o desperdício de materiais devido à falta de compatibilização entre o maquinário e o aglomerado utilizado, o baixo rendimento de máquinas comparado à sua máxima capacidade produtiva e o maior tempo para a conclusão de processos industriais devido à necessidade de novas etapas de produção conforme explica Geraldo de Barros:

Então, uma máquina que temos, uma lixadeira alemã, ela não funciona, não rende o que deveria render. Porque ela não pode lixar se você põe um material menos espesso que a especificação. Então, ele passa por ela e se você põe mais grosso, ela come a peça e tira parte do folheado e estraga. Então, nós temos que ter dois tipos de lixação: um para peças que estão normalizadas, que estão dentro da especificação, e outra que não, que o material não vem normalizado.¹⁰²

⁹⁹ MORENO, Júlio e OUTSUKA, Lenita. Geraldo de Barros o precursor. In *Revista Design & Interiores*, n. 28. Projeto Editores: São Paulo. 1992. p.49-53.

¹⁰⁰ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

¹⁰¹ Ibidem.

¹⁰² Ibidem.

Uma solução adotada pela Hobjeto para a esta questão foi a construção de um galpão onde haveria a normatização de materiais e máquinas a fim de adequá-los à produção, como forma de otimização produtiva.

3.2 As linhas de móveis.

Geraldo de Barros tinha um grande apreço por Antônio Bioni, e todo o seu vasto conhecimento a respeito da marcenaria e das técnicas e processos da produção seriada. Bioni era mais do que sócio e braço direito, participava da concepção do móvel moderno em conjunto com Geraldo ¹⁰³.

[...] é um marceneiro muito inteligente, uma pessoa muito sensível, por quem tenho uma admiração enorme. Criativo, ele via sempre uma maneira, um jeito de fazer tudo melhor, aprimorar um objeto ou uma certa técnica.”¹⁰⁴

A atuação de Antônio Bioni é de extrema importância para a execução do mobiliário desenvolvido para a Hobjeto, pois, sua experiência em fábrica e sua formação técnica proporcionavam o auxílio quanto à adequação do desenho do móvel, aos modos de produção, opinando e participando de sua elaboração, além de arquitetar mecanismos específicos para o funcionamento de determinadas peças o que, muitas vezes, acabava por simplificar as soluções formais e estruturais.

Ele ia desenhando e eu dizia olha isso não pode a nossa tupia tem um raio maior, não da pra fazer um raio tão pequeno por causa da fresa. Tem umas medidas que tem que ser respeitadas né.¹⁰⁵

¹⁰³ Entrevista concedida por Fabiana de Barros à autora em 15 de julho de 2016, na cidade de São Paulo, com 1h e 30 min. de duração.

¹⁰⁴ MORENO, Júlio e OUTSUKA, Lenita. Geraldo de Barros o precursor. In Revista *Design & Interiores*, n. 28. Projeto Editores: São Paulo. 1992. p.49-53.

¹⁰⁵ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

Conforme mencionado anteriormente, entre 1964 e 1965, Geraldo de Barros e Antônio Bioni desenvolveram uma nova linha de móveis a partir das peças elaboradas na época da Unilabor. O mobiliário, que passou a ser comercializado e produzido pela Hobjeto, quando comparado aos itens da fase madura da Unilabor se assemelha quanto a sua configuração retilínea, a utilização de módulos com medidas padronizadas e a capacidade de composição de diversos conjuntos e subconjuntos a partir da combinação de componentes, características que permaneceram presentes ao longo de toda a produção da empresa (CLARO, 2012).

Bioni, apesar de considerar a linha da Unilabor como sendo revolucionária, não concordava com alguns aspectos do desenho. Julgava suas formas como sendo frias e excessivamente racionais, o que foi modificado posteriormente com o arredondamento dos cantos das peças conforme explica em entrevista: “(...) E aí era que Geraldo poderia se lançar numa linha completamente diferente, mas com a mesma ideia de componível mas, mais doce”.¹⁰⁶

A Hobjeto desenvolvia linhas de móveis completas, ou seja, oferecia a possibilidade de aquisição de todos os itens necessários para mobiliar¹⁰⁷ cômodos como salas de estar, salas de jantar, dormitórios de solteiro e de casal o que certamente condicionava a venda de ambientes inteiros. Deste modo, com a disponibilidade de peças modulares era possível obter uma casa inteiramente montada com os móveis da Hobjeto sem a necessidade de contratação de especialistas em decoração.

A Hobjeto mantinha as linhas de mobiliário doméstico¹⁰⁸ em produção pelo período de tempo correspondente à sua durabilidade, no caso, cinco anos. Após este intervalo, alguns produtos eram alterados, por motivos produtivos, tecnológicos ou por questões de modismos, mas sempre seguiam a mesma modulação para que pudessem ser compostos com os móveis de linhas obsoletas. Esta prática dificulta a classificação das peças em suas respectivas linhas pois, algumas, mesmo antigas, continuavam a ser produzidas. Desta forma, para a melhor compreensão a respeito das diversas linhas de móveis lançadas, estas foram classificadas em três

¹⁰⁶Entrevista com Antônio Bioni realizada por Regina Ponte e Mauro Claro. 26 de abril de 1997, Pilar do Sul, São Paulo.

¹⁰⁷ Com exceção da cozinha, lavanderia e sanitários.

¹⁰⁸ Simultaneamente à linha de móveis de uso doméstico era produzido o mobiliário para escritório, o qual não será explorado por esta pesquisa.

Figura 25 Primeira linha de móveis da Hobjeto. Nota-se a semelhança com as peças desenvolvidas pela Unilabor. Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.

categorias de acordo com variações significativas quanto ao desenho e ao emprego de materiais.

As primeiras linhas projetadas para a Hobjeto priorizaram o desenho simples, contando com a substituição do ferro, antes utilizado na Unilabor (CLARO, 2012), pelo uso de perfis de madeira maciça e posteriormente pelo emprego predominante da madeira compensada revestida (Figura 25). A mobília era composta por caixas modulares que quando posicionadas de diferentes formas possibilitavam uma ampla variedade de móveis¹⁰⁹. Desta forma, o emprego de materiais e o desenho atento à modulação revelam o intuito da dupla em fazer uma peça adequada à produção industrial com o objetivo de otimizar processos e baratear custos.

As linhas seguintes¹¹⁰ foram produzidas pela Hobjeto entre 1966¹¹¹ e 1970, em chapas de aglomerado¹¹² com a execução de recortes curvos em seus vértices e

¹⁰⁹ Entrevista com Antônio Bioni realizada por Regina Ponte e Mauro Claro. 26 de abril de 1997, Pilar do Sul, São Paulo.

¹¹⁰ A linha de móveis para escritórios "Rational" é um exemplo.

¹¹¹ Neste ano foi instalada a primeira fabricante de madeira aglomerada em escala industrial no Brasil a indústria Placas do Paraná S.A. Informação cedida por Marcos Braga à autora em entrevista.

Figura 26 Operário da Hobjeto lixando perfil em aglomerado folheado com cantos arredondados cobertos por massa plástica. Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.

cantos arredondados cobertos por massa plástica como solução para o acabamento irregular uma vez que, nesta época, lixar o material o danificava¹¹³ (Figura 26).

A ideia do emprego da massa plástica partiu de Antônio Bioni que considerava o material como sendo de fácil manipulação e aplicação pelos trabalhadores da indústria¹¹⁴ apesar de sua aplicação envolver uma sistemática operação.

Ai pegava um cara que vem lá do nordeste sem nenhum conhecimento treinava ele, ele pegava a borracha e a massa era um *ballet*. Era um show, bonito ate de ver.¹¹⁵

A preferência por chapas de madeira aglomerada ocorreu devido à intenção em se otimizar as matérias primas, sistemas produtivos e também como substituição à utilização de madeiras nobres brasileiras que além de apresentarem um elevado custo, estavam sob proteção ambiental (HUGERTH, 2015)

¹¹² As primeiras chapas de aglomerado que Antônio Bioni teve contato vieram da Alemanha.

¹¹³ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

¹¹⁴ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

¹¹⁵ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

Inicialmente, as chapas de aglomerado, que compunham as estruturas principais do mobiliário, eram disponibilizadas com o acabamento em folha de Imbuia, Jacarandá da Bahia entre outros tipos de madeira e, para as frentes de gavetas, tampos e painéis era sugerido o laminado plástico colorido. Mais tarde, foi introduzida a opção do acabamento laqueado, oferecido em uma vasta gama de cores¹¹⁶.

Apesar das vantagens do emprego do aglomerado havia rejeição por parte do público consumidor por motivos de o material apresentar uma menor resistência mecânica em relação à madeira maciça e ao compensado. A fim de solucionar esta questão, a Hobjeto utilizava de um artifício; ao invés de usar uma chapa de aglomerado de 30mm de espessura, prensava duas chapas de 15mm de espessura para garantir uma maior rigidez no centro do plano¹¹⁷ o que atribuía uma melhor qualidade e durabilidade a seus produtos.

Outro desafio enfrentado pela Hobjeto em relação ao uso do aglomerado foi a dificuldade de fixação de chapas por meio de parafusos. As propriedades mecânicas do material não permitiam a junção estável de planos, sendo necessário o desenvolvimento, na própria fábrica da Hobjeto¹¹⁸, de mecanismos e ferragens específicas que permitissem a parafusação das chapas¹¹⁹ (Figura 27). Antônio Bioni, que ficava na fábrica em tempo integral, desenvolvia componentes detalhadamente como forma de solucionar eventuais solicitações de clientes e vendedoras, que acabaram por ser copiadas por outras empresas do ramo, evidenciando a contribuição da Hobjeto neste aspecto. Posteriormente, com a implementação do setor metalúrgico a Hobjeto lançou a linha tubular (Figura 28) de móveis de uso doméstico e para escritório, executada sob a expertise de Luis¹²⁰, um ferramenteiro experiente incumbido de resolver tecnicamente a questão dos tubos. Estes, com diâmetro de 5 cm, eram cobertos com pintura eletrostática epóxi ou cromados¹²¹.

¹¹⁶ Consulta em catálogos de móveis da Hobjeto. Fonte: Acervo pessoal de Fabiana de Barros.

¹¹⁷ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

¹¹⁸ Em 1969 Geraldo de Barros e Antônio Bioni trouxeram da Europa aproximadamente 20 quilos de catálogos de ferragens para que os metalúrgicos pudessem desenvolver os elementos.

¹¹⁹ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

¹²⁰ O sobrenome de Luis não foi identificado mas sabe-se que posteriormente se associou à Hobjeto.

¹²¹ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

Figura 27 Utilização de ferragens específicas para a fixação do aglomerado. Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.

Geraldo de Barros argumenta em entrevista para a revista *Casa & Jardim* do ano de 1971, que o produto além do bom desenho, teria que ser de fácil comercialização, despertando os interesses de consumo e rentabilidade dos fabricantes. Quando não cumpridos os requisitos, estes desconsiderariam a possibilidade de contratação de um desenhista industrial por uma experiência de fracasso de vendas¹²² conforme declara:

O desenho industrial, como é dito hoje, é o educador do povo. Porém, ao industrial, o que interessa apenas é o rendimento do seu capital, ele não tem a obrigação de educar o povo com o objeto. Por isto há um divórcio cada vez maior entre *designer* e o industrial. Se este não vende o produto, tudo vai por água abaixo.¹²³

O posicionamento de Geraldo revela uma preocupação em se instituir nas indústrias o papel do desenhista industrial, cabendo a estes satisfazer os anseios de comercialização por parte dos fabricantes e o gosto do público consumidor.

¹²² MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

¹²³ Design: Geraldo de Barros. *Revista Casa & Jardim*. n. 199, 1971, p. 24 - 27.

Residência
HOBJETO
o móvel inteligente®

Figura 28 Cartilha com ambientações dos móveis da linha Tubular. Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.

3.3. A influência das tendências no móvel.

A Hobjeto passou a utilizar o laqueado, possivelmente como solução para o acabamento do aglomerado, devido à questões comerciais que diferenciariam seus móveis dos produzidos pela maioria do mercado¹²⁴ e também por influência das tendências européias conforme explica Antônio Bioni em entrevista: “Na época a gente estava laqueando que era a última moda, na Europa estava sendo lançado e a gente estava lançando no Brasil.”¹²⁵

A aplicação do laqueado em superfícies de aglomerado certamente estava relacionada à desaprovação do público quanto à utilização do material, ao seu aspecto irregular e ao barateamento dos custos de produção. O laqueado, era um tipo de pintura composto por pigmentos e tintas que ao ser aplicado, atribuía um aspecto uniforme à peça, homogeneizando suas imperfeições, o que descartava a necessidade do cobrimento de suas superfícies com folhas de madeiras maciças e nobres de maior custo, assim como as utilizadas em móveis sem revestimento (HUGERTH, 2015). Possivelmente este foi bem aceito também pelo fato de sua cobertura se assemelhar aos materiais em alta no período como a fibra de vidro, o polipropileno e o poliéster.

Além das questões levantadas anteriormente, a aplicação do laqueado ao invés do acabamento em madeira nobre, rica em texturas, possivelmente está relacionada aos ideais concretistas de Geraldo de Barros em produzir um móvel simplificado, desprovido de ornamentos, acessível à grandes camadas populacionais e adequado a estes lares visto que, neste período, o emprego da madeira nobre marcava a distinção entre classes sociais no Brasil (CLARO, 2012).

Em abril de 1969, a Hobjeto divulgou o início de sua produção de peças laqueadas em um anúncio na revista *Claudia Noiva* (HUGERTH, 2015). A estrutura na cor branca com o estofamento colorido prevaleceu sobre a produção da Hobjeto (Figura 29) que também disponibilizava o laqueado em cores vibrantes como o laranja, o verde limão, o vermelho, o amarelo e o roxo por influência da cultura *pop*

¹²⁴ Empresas como a Mobilinea e a Móbilía Contemporânea também adotaram o acabamento laqueado para o mobiliário.

¹²⁵ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

Fotografia Lorca

Em Jacarandá da Bahia, Imbuia e Laqueados (Azul Marinho **HOB**JETO, Verde Oliva **HOB**JETO, Laranja Forte **HOB**JETO, Amarelo Limão **HOB**JETO, e Branco **B**ETO).

× VISUARTE

HOBJETO fabrica, **HOB**JETO vende.
Vários planos de pagamento.
Entrega rápida. Selo de Garantia.

Figura 29 Ambiente com móveis Hobjeto laqueados em branco. Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.

mas que, a longo prazo, não agradaram o público por serem “cansativas”¹²⁶.

O laqueado acabou por se tornar elemento predominante na produção da empresa representando a sua identidade própria dos anos 1970. O acabamento, também foi padrão entre suas principais concorrentes (HUGERTH, 2015) como a Móvelia Contemporânea de Michel Arnoult (Figura 30), a Mobilinea de Georgia e Ernesto Hauner (Figura 31), a Arredamento com móveis de Ricardo Arrastia e a L’Atelier dos irmãos Leopoldo e Jorge Zalszupin.

¹²⁶ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

Figura 30 Ambiente com móveis Mobilinea laqueados em branco. Fonte: HUGERTH, 2015, p. 56.

Figura 31 Anúncio de ambiente da Mobília Contemporânea com o mobiliário laqueado em branco. Fonte: Casa & Jardim. out. 1971.

Geraldo de Barros e Antônio Bioni tinham o hábito de reunir as vendedoras na fábrica da Hobjeto para que se informarem sobre as novidades do mercado e as solicitações de clientes com base em suas rotinas nas lojas, discutindo sobre possíveis modificações nas peças¹²⁷. Desse modo, é possível afirmar que a participação das vendedoras na indústria era essencial tanto para o desenvolvimento e o aprimoramento do desenho do mobiliário quanto para o aumento do número de vendas, pois, por meio delas era obtido o retorno direto do mercado consumidor.

Um exemplo disso foi o pedido de um cliente para a colocação de puxadores nos móveis, que acabou por ser resolvido por Bioni a partir do desenho de um salto de sapato de mulher, ou seja, muitas vezes as soluções inteligentes eram obtidas por meio de referências a itens de baixo custo¹²⁸. Desta forma, os detalhes em plástico, presentes em algumas linhas da Hobjeto dispunham de peças existentes no mercado (Figura 32) com a finalidade de baratear os custos de produção, conforme explica Geraldo de Barros¹²⁹:

Na penteadeira, aproveitamos a parte de cima (espelho e armário), da Goyana¹³⁰. Tudo isso concorre para baratear o produto. Se tivéssemos que fabricar o plástico, teríamos que abrir uma nova indústria.¹³¹

No caso da utilização de matrizes nacionais Geraldo de Barros acreditava que, no Brasil, não era economicamente viável produzir móveis a partir destas pois, para que o fabricante recebesse o retorno de seu elevado custo de produção, era necessário dividi-lo pelo número de unidades produzidas. Desta forma, quanto menor a quantidade de produtos desenvolvidos, mais caros se tornavam, o que elevava o valor final da peça conforme explica Geraldo:

¹²⁷ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

¹²⁸ Ibidem.

¹²⁹ Design: Geraldo de Barros. *Revista Casa & Jardim*. n. 199, 1971, p. 24 - 27.

¹³⁰ Geraldo de Barros se refere à Goyana Indústria Brasileira de Matérias Plásticas S. A.

¹³¹ Design: Geraldo de Barros. *Revista Casa & Jardim*. n. 199, 1971, p. 24 - 27.

Figura 32 Exemplo do emprego de gavetas de poliestireno existentes no mercado. Sem data. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.

“Quanto menor o número de produtos, mais caro vai se tornar esse produto. E fica um círculo vicioso, infernal. Às vezes é mais fácil ir ao exterior, alugar uma matriz, ela passa seis meses no Brasil, alugada, e... lá se foi um produto, que poderia ser desenhado por um brasileiro, pra cucuia, né?”

Uma alternativa ao emprego de matrizes seria o aluguel de moldes estrangeiros que propiciavam vantagens financeiras, mas que por outro lado, dificultavam o convite de desenhistas industriais para o desenvolvimento de produtos brasileiros, o que pode ser considerado um fator desfavorável ao progresso do design nacional.

As máquinas utilizadas nas indústrias brasileiras se restringiam à utilização de materiais como o aglomerado e a madeira, o que possivelmente condicionava o desenho do móvel de forma a adequá-lo à tecnologia produtiva, diferentemente do que ocorria em outros países em que a utilização de matrizes permitia maiores possibilidades de desenho do móvel, viabilizando a aplicação de materiais como a fibra de vidro e novas técnicas como o processo de curvatura do compensado.

Além das informações trazidas pelas vendedoras das lojas, outra forma de se conhecer as últimas tendências do mercado do mobiliário era por meio da participação em mostras européias. Geraldo e Bioni costumavam viajar para as Feiras de Colônia, Milão e Hannover com a intenção de incorporar as novidades nas

linhas desenvolvidas para a Hobjeto. Durante as visitas, ambos selecionavam as técnicas e materiais adequados aos equipamentos disponíveis no Brasil no período, ou seja, ao maquinário convencional, obsoleto ao ser comparado ao automático encontrado na Europa¹³².

Desta forma, considerando as dificuldades econômicas de acesso à novas tecnologias para a produção de móveis, é possível afirmar que, o desenho do móvel brasileiro seriado além de influenciado pelas tendências internacionais, foi também norteado pelo maquinário disponível ao sistema produtivo vigente.

Na década de 1970, a dupla conheceu em Hannover o emprego do poliuretano rígido em moldes injetados e, por este motivo, manifestaram a ideia de utilizá-lo em alguns móveis da Hobjeto como em uma bandeja de carrinho de chá, encostos, assentos, cadeiras e como a base de um *puff* que se desdobrava em cama (Figura 33).

O material, apesar de sua composição rígida quando acabado, proporcionava maior facilidade na execução de formas e, portanto, a liberdade de desenho, oferecendo uma vasta gama de possibilidades. A intenção de Geraldo de Barros e Antônio Bioni era a de produzir uma linha com móveis em poliuretano injetável, porém, com o aumento do custo do petróleo no Brasil, elevaram-se os valores finais das peças o que inviabilizou a sua fabricação¹³³.

Ao analisar a trajetória de Geraldo de Barros e Antônio Bioni no que se refere ao emprego de materiais e a utilização do maquinário brasileiro é possível afirmar que a dupla estava sempre atenta às inovações do mercado moveleiro como forma de conhecer novas técnicas, soluções e possibilidades produtivas que aprimorassem a qualidade de seus produtos, utilizando disto como um diferencial em relação à seus concorrentes .

Além das tendências internacionais, o *marketing* assumiu um papel importante para a configuração do móvel brasileiro. Geraldo de Barros explica em entrevista o seu posicionamento em relação à influência do *marketing* sobre o desenho do objeto¹³⁴ afirmando que este apresenta a capacidade de modificá-lo em

¹³²Entrevista com Antônio Bioni realizada por Regina Ponte e Mauro Claro. 26 de abril de 1997 – Pilar do Sul - SP

¹³³ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

¹³⁴ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

Figura 33 Mobiliário com a função de cama e puff, composto por três almofadas unidas por uma costura feita no revestimento e estruturada por base e encosto de poliuretano.. Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data

função da moda com o propósito de aumentar as vendas, incentivando assim o consumidor a adquirir itens que se modificam incessantemente. Deste modo, os produtos obsoletos tornam-se descartáveis apenas por não acompanharem as tendências, atitude esta que não condiz com os princípios do desenho industrial os quais prezam atingir o “bom desenho” atribuindo ao objeto uma característica atemporal.

O carro americano era símbolo de *styling*, de *marketing*. Você coloca na frente de um carro europeu, de um Mercedes, por ex., e este tem muito mais de desenho, sem todos aqueles penduricalhos que é uma questão de *marketing*, fazer com que se compre, use e jogue fora. Tudo isso não é conceito de desenho industrial.¹³⁵

¹³⁵ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

É possível afirmar que o pensamento em relação à atuação do *marketing* refletiu diretamente na configuração formal dos móveis Hobjeto. Geraldo e Bioni, apesar de pesquisarem sobre as novidades do mercado, não se deixaram influenciar pelos modismos aplicados no desenho do móvel o qual priorizava, desde o início, a funcionalidade e a simplicidade por meio da utilização de formas desprovidas de ornamentos. Porém, as tendências, mesmo que contrárias às convicções dos líderes da Hobjeto, acabaram por orientar a escolha de materiais e acabamentos dos móveis, que foram incorporadas não somente por uma questão técnica, mas também de mercado.

O laqueado presente nos móveis da Hobjeto é um exemplo dos modismos acatados por questões de marketing. Este era utilizado como solução para o acabamento do aglomerado em países que não possuíam uma grande produção de madeira maciça, cuja utilização era a única alternativa de material disponível para a fabricação do móvel. Por outro lado, no Brasil, onde a madeira é abundante, o laqueado foi bem aceito por uma questão de moda e não de desenho industrial.

Sendo assim, para conseguir atingir o público consumidor e, por consequência, comercializar seus produtos, era preciso que a Hobjeto acompanhasse as tendências, pois, apesar de possuir uma grande capacidade e facilidade produtiva, a venda sempre foi o seu maior desafio.

Ainda que Geraldo de Barros discordasse do uso do laqueado por considerar sua aplicação incoerente com a realidade produtiva brasileira, foi necessária a adequação de suas peças à moda do acabamento, o que não passava de um fenômeno de *marketing* conforme explica:

A moda tem força muito grande. Volto a insistir em dois pontos: no Décio Pignatari, quando ele diz que “se o mercado quer um copo com florzinha, não adianta você desenhar um copo com quadradinho”, aí é uma força de demanda, uma das faces da moda.¹³⁶

¹³⁶ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

Geraldo de Barros após sua experiência com a Hobjeto diz¹³⁷ não acreditar no desenho industrial em um país como o Brasil, defendendo que o campo se estabelece por meio do desenvolvimento do povo e de sua cultura. Para o artista, o desenho industrial e popular apenas está presente em países socialistas ou com um socialismo avançado, onde é valorizado e reconhecido pela população que naturalmente aceita compartilhar do mesmo design, libertado do apelo do *marketing* e de modismos conforme afirma:

“No Brasil, o Desenho Industrial é feito com muita idealização. O *Marketing* é o elemento que traz o Desenho Industrial à sua realidade (como a propaganda para a comunicação visual).”¹³⁸

¹³⁷ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

¹³⁸ Design: Geraldo de Barros. *Revista Casa & Jardim*. n. 199, 1971, p. 24 - 27.

4. DIVULGAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Neste capítulo, serão abordados os modos de difusão do moderno adotados pela Hobjeto e por outras empresas do ramo como forma de consolidação de um estilo comum, com o intuito de consolidá-lo para atingir uma maior divulgação.

Partindo da análise do tipo de público a que se destinam os móveis Hobjeto, será discutida a real abrangência da marca e sua relação com os ideais concretistas de Geraldo de Barros. O processo de venda será descrito a partir da exposição de algumas estratégias empregadas para a divulgação e a promoção do moderno no espaço de suas lojas como a utilização de maquetes de móveis e da representação da casa moderna em escala real, contando com a participação de seus funcionários e da mídia impressa.

4.1. Hobjeto para quem?

Geraldo de Barros, não conseguiu de fato atingir as classes sociais brasileiras de menor poder aquisitivo com o mobiliário doméstico Hobjeto, mesmo considerando sua alta capacidade de consumo devido a seu grande número de integrantes¹³⁹. Porém, mesmo não comercializando seus móveis para as classes menos favorecidas a Hobjeto foi um grande sucesso, tendo que expandir suas fábricas devido ao crescimento significativo de sua produção.

As faixas de renda dos consumidores da Hobjeto variavam entre a parcela da classe média intermediária e um restrito setor da classe alta. Apesar disso, a empresa, ao longo de sua trajetória, não estabeleceu uma faixa de renda específica para seus clientes, esta era ampliada à medida que apareciam novos consumidores independentemente do poder de consumo.¹⁴⁰

O fato de a Hobjeto atingir somente às camadas mais favorecidas diverge dos ideais concretistas de multiplicação e à todos os aspectos que envolvem a proposta do móvel acessível como o projeto simples, o emprego de materiais menos nobres e a produção seriada. Desta forma, a indefinição da Hobjeto quanto à seu público consumidor possivelmente revela a determinação em atingir as grandes massas além de, certamente, ampliar a comercialização de seus produtos.

Neste período, os indivíduos das classes altas preferiam o mobiliário assinado como forma de afirmação social, não aceitando expor em suas casas um conjunto de móveis igual aos das demais parcelas populacionais. Geraldo de Barros, em entrevista para a revista *Casa & Jardim* de 1971¹⁴¹, explica a preferência do público de classes elevadas por peças diferenciadas e a opção por não consumir móveis industrializados nacionais por os relacionarem à produtos de baixa qualidade. Para estas classes sociais, a exclusividade de determinados objetos e peças de mobiliário de elevado custo correspondia à uma elevada posição na

¹³⁹ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

¹⁴⁰ Ibidem.

¹⁴¹ Design: Geraldo de Barros. *Revista Casa & Jardim*. n. 199, 1971, p. 24 - 27.

sociedade por um problema de “falsa cultura”¹⁴². Geraldo de Barros explica esta dinâmica por meio do exemplo:

A madame da classe A não pode ir a uma festa com um prêt-à-porter, que ela corre um grande risco que é o de aparecer uma outra madame na mesma festa, com o mesmo prêt-à-porter. Então aí tem um escândalo social.¹⁴³

Contraditoriamente, neste período, a aquisição de móveis produzidos em série, com bom desenho e qualidade, assim como os da Hobjeto, era aceita pela classe alta quando destinados à casas de praia, dormitórios, cômodos de uso privativo e pouco frequentados por visitantes ou para os filhos jovens, que optavam por algo diferente do tradicional. Deste modo, este paradoxo acabava por configurar as camadas elevadas como clientes da Hobjeto apesar de não reconhecerem as atribuições deste tipo de móvel por motivos de posição social.

Tal fato contrapõe-se aos ideais de Geraldo de Barros que buscava produzir móveis de boa qualidade com o intuito de atingir a amplas camadas sociais desconsiderando a valorização do móvel único e exclusivo conforme explica Fabiana de Barros em entrevista:

Geraldo dirigia os móveis dele para a classe média mas gostaria de que a classe de elite mudasse a cabeça, dizia que eles eram muito caretas, que não compravam pois iam ter o mesmo móvel lindo na casa do vizinho e que isso não era possível.¹⁴⁴

Desta forma, o público consumidor da Hobjeto era então a classe média emergente do período composta, em sua maior parte, por jovens casais no começo de suas vidas em suas casas próprias que por terem alcançado uma posição social

¹⁴² Geraldo de Barros denomina como “falsa cultura” o posicionamento de classes de maior poder aquisitivo em relação à exclusividade de suas peças como elemento de representação de melhor condição social.

¹⁴³ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

¹⁴⁴ Entrevista com Fabiana de Barros

mais favorecida, estavam à procura de móveis com bom desenho, de qualidade e que correspondessem às suas condições financeiras.

O público de estudantes também formado por jovens e segundo Geraldo, de muito bom gosto¹⁴⁵, adquiria os móveis por meio de financiamentos pois, provavelmente não tinham condições de adquirir as peças à vista por motivos de falta de remuneração fixa ou de maior valor mas que, apesar disso, reconheciam o bom desenho. O mobiliário proposto pela Hobjeto era adequado à este grupo não somente pelas condições de pagamento oferecidas como também por prever compartimentos para guardar objetos e pertences, dificilmente encontrados nos móveis tradicionais de estilo presentes na maioria das casas brasileiras.

A política da Hobjeto era reduzir ao máximo a margem de lucro sobre suas peças a fim de possibilitar o alcance do mobiliário à maiores camadas sociais¹⁴⁶. Porém, embora fosse a intenção de Geraldo de Barros, a Hobjeto não conseguiu atingir as classes inferiores à classe média, principalmente pela falta de poder aquisitivo e conhecimento desta camada para entender o desenho e o estilo de vida modernos. A empresa, por priorizar a qualidade e a durabilidade do mobiliário produzido, obtinha um alto custo de produção o que resultava em um preço final inacessível a esta parcela populacional.

Os sócios condenavam as práticas de outras empresas do ramo que supervalorizavam seus itens e julgavam esse posicionamento como um obstáculo ao desenvolvimento do desenho industrial pelo fato de restringirem o acesso à maiores setores populacionais desencorajando a produção industrial em grande escala. Geraldo considerava o Brasil um país subdesenvolvido também em relação ao poder de consumo visto que a maioria da população não conseguia adquirir produtos na mesma proporção em que eram produzidos.

Por este motivo, surgiu a oportunidade de desenhar móveis para as classes de renda inferior. O plano era vendê-los em magazines, desvinculando-os do nome Hobjeto, pois, a alusão poderia interferir negativamente na aceitação do público consumidor consolidado, por motivos relacionados às questões sociais e culturais mencionadas anteriormente. Porém, Geraldo de Barros teve receio em propor algo

¹⁴⁵ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

¹⁴⁶ BIONI, Antônio. *Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira*. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

que não correspondesse ao gosto do consumidor o que dificultaria a venda das peças conforme seu depoimento:

E o Bioni estava conversando comigo e me pedindo uns desenhos. E eu disse que não sabia se saberia desenhar para essa classe. Como é que tem que ser? Eu ainda vou pensar o que vou fazer. Talvez eu desenhe uma peça muito bonitinha, um jogo de copa, cozinha, e não é o que o sujeito gosta. Ele quer comprar aquele tipo de cadeira de fórmica, kitsch... Então, quem sabe, o melhor é chamar um cara especialista nessa área. Eu fiquei com medo, realmente.¹⁴⁷

Desta forma, outro motivo para o improvável sucesso em alcançar esta camada populacional se deve ao fato de que, por mais que as peças desenvolvidas pela empresa se tornassem acessíveis às grandes massas, o conceito de móvel para as classes menos favorecidas não correspondia ao mobiliário desenhado pela Hobjeto. Este público preferia comprar móveis de verniz brilhante, revestidos com folhas de madeira desenhada, com o interior mal acabado e de baixa qualidade por uma questão de gosto e de baixo custo¹⁴⁸.

O discurso em jornais e revistas

Os modos de articulação do projeto, produção e distribuição do móvel Hobjeto configuraram-se por estratégias comerciais persuasivas e muitas vezes provocativas em relação às empresas concorrentes. Estas podem ser identificadas nas formas de pagamento por financiamento, no preço competitivo de seus produtos, na constante atualização de suas linhas de acordo com os gostos dos consumidores, nos ambientes propostos em suas lojas e principalmente em seu discurso em jornais e revistas.

Neste período, além da comercialização em lojas físicas, a publicação de anúncios e reportagens em jornais e revistas era um dos principais meios de

¹⁴⁷ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

¹⁴⁸ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

veiculação do mobiliário moderno. Portanto, a análise da manifestação na mídia impressa é um dos meios de se identificar a que público consumidor a Hobjeto se destinava em seu discurso.

Além das outras atividades que exercia na empresa, Geraldo de Barros era o responsável pela identidade e comunicação visual, apesar do envolvimento e participação de agências de publicidade¹⁴⁹. O artista supervisionava os anúncios, propagandas, redigia os textos e montava as estratégias de comunicação muitas vezes contrárias às recomendadas pelos profissionais no assunto, como por exemplo, a mudança constante da logomarca à cada nova linha de móveis¹⁵⁰.

Envolvido com a comunicação visual desde quando fazia pinturas sobre imagens publicitárias, tinha amplo conhecimento sobre o assunto. O artista incorporava a publicidade em seus quadros de forma a agrupar a arte, a comunicação visual e o público em uma mesma obra, conceitos que também podem ser identificados nos anúncios da Hobjeto (Figura 34) os quais apresentavam a marca e os valores da empresa aos potenciais consumidores a fim de divulgar o móvel moderno.

Os anúncios, assim como a produção moveleira, eram dirigidos às grandes camadas populacionais, o que indica que as intenções de Geraldo de Barros em propor o design social não se restringiam ao móvel, conforme explica Mauro Claro:

O uso de publicidade em revistas de decoração na Hobjeto, pode ser listado como um outro elemento das certezas objetivas que guiavam Geraldo por este novo mundo da produção (e das vendas) em larga escala, na Hobjeto.¹⁵¹

Por meio de estratégias como a manipulação de imagens, a comunicação visual objetiva e discursos de linguagem informal dirigidos em primeira pessoa, a Hobjeto consolidava sua identidade própria a fim de difundir um estilo de vida e um pensamento às grandes parcelas populacionais além de, certamente, estabelecer o intenso apelo comercial como diferencial em relação à seus concorrentes, aspectos que foram identificados no anúncio representado pela (Figura 35).

¹⁴⁹ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

¹⁵⁰ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

¹⁵¹ CLARO, 2012, p. 146.

Figura 34 Anúncio da Hobjeto para a divulgação em jornais. Notar a presença do quadro concretista “They are talking” de autoria de Geraldo de Barros, como pano de fundo para a elaboração do anúncio. Fonte: Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.

Neste, recortes de fotografias de peças de mobiliário de uso doméstico foram posicionados de maneira enfileirada e intercalados por sinais de pontuação como se configurassem uma seqüência textual. Esta ordenação pode ser equiparada à determinadas práticas da poesia concreta, também conhecida como poema-objeto¹⁵², o que facilita a compreensão do leitor quanto à mensagem a ser transmitida. Elementos como a diagramação, o emprego do texto em primeira pessoa e a ênfase ao nome do designer, quando compreendidos no conjunto da mensagem podem ser considerados como possíveis táticas para a aproximação da marca com o público com o intuito de divulgar o moderno a fim de aumentar as vendas. Desta forma, para a divulgação do móvel, muitas vezes desconhecidos ou de difícil aceitação para a maioria da população, era necessário o apelo publicitário. Porém, grande parte das revistas, um dos principais meios de comunicação do período eram direcionadas à elite e não aceitavam publicar anúncios e reportagens sobre a empresa por não compartilharem do mesmo público alvo.

¹⁵² A poesia concreta é desprovida de uma estrutura poética convencional, estas se estabelecem pelas relações entre a imagem, a sonoridade e a escrita que configuram o seu caráter visual.

Figura 35 Anúncio Hobjeto, “Veja nossa exposição de móveis da nova linha”. Fonte: Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.

Dentre as publicações que se referem à Hobjeto, foram identificadas, anúncios, reportagens que contêm orientações ao leitor sobre a organização dos móveis no espaço reduzido de moradias, recomendações sobre como fazer a manutenção do mobiliário e sugestões de peças específicas para determinados cômodos, visto que o moderno era desconhecido pela maioria dos leitores.

Entre os periódicos emblemáticos que se dispunham a divulgar o móvel Hobjeto estão a revista *Casa & Jardim* e a *Claudia*¹⁵³. Possivelmente, pelas questões mencionadas anteriormente, os mesmos títulos foram de grande representatividade para a Mobília Contemporânea¹⁵⁴, fator que as equipara, configurando em uma posição de concorrência direta.

Estas revistas são identificadas por Marinês Ribeiro dos Santos como “mídias de estilo de vida” definidas por sua capacidade em influenciar identidades individuais ou coletivas por disseminarem, atestarem e ditarem valores sociais, modos de vida e comportamentos de consumo conforme ocorre na revista *Casa & Jardim*:

A revista surgiu como guia para o consumo doméstico de classe média durante um período de urbanização e industrialização acelerada. A missão

¹⁵³ Entrevista concedida por Fabiana de Barros à autora em 15 de julho de 2016, na cidade de São Paulo, com 1h e 30 min. de duração.

¹⁵⁴ HUGERTH, Mina Warchavchik. *A apresentação do design moderno na Mobília Contemporânea*. In Michel Arnoult, design e utopia: móveis em série para todos. Organizado por Ethel Leon. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016, 216p.

do periódico era, justamente, apresentar soluções capazes de conciliar a preservação dos valores tradicionais da família com a modernização do espaço doméstico.¹⁵⁵

Estas, apresentavam sugestões às novas configurações dos ambientes domésticos representados pelo pequeno espaço dos apartamentos, orientando quanto ao posicionamento do mobiliário e suas formas de personalização em artigos de decoração com o intenção de educar os leitores ao gosto moderno tanto por motivos culturais como comerciais.

Nos exemplares da revista *Casa & Jardim*, pesquisados no intervalo dos anos 1960 e 1975, disponíveis na biblioteca da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, foi identificada a participação de Geraldo de Barros em entrevistas e publicações de anúncios e reportagens em que se apresentaram soluções de disposições de móveis para os reduzidos espaços dos apartamentos. A constância de publicações da empresa ocorreu a partir dos anos 1970, o que possivelmente indica o período em que consolidou a sua produção industrial, a divulgação da marca e os locais de comercialização de seus produtos.

Na edição de outubro de 1971, a Hobjeto participou da capa da revista com a imagem do ambiente de sala de jantar, composto por mesa, cadeiras e carrinho de chá laqueados em branco com o estofamento na cor verde forte assim como os objetos de decoração.

Nesta, participou do editorial “C.J. Visita”¹⁵⁶ o qual a revista, a fim de promover a indústria do design nacional, dedicava a cada mês páginas exclusivas às empresas de design que se responsabilizavam pela produção das imagens em troca de promoção. O envio de plantas de moradias pelos leitores à empresa participante também fazia parte do editorial, o qual selecionava uma configuração pertinente para a publicação da proposta de um projeto de interiores com a utilização dos móveis da empresa que seriam adquiridos com descontos pela pessoa eleita (HUGERTH, 2015).

No editorial a Hobjeto apresentou imagens de ambientes mobiliados com a linha de aglomerados com acabamento laqueado intercaladas por textos

¹⁵⁵ SANTOS, M. R. 2010, p. 63.

¹⁵⁶ Empresas como Guelman, Móveis Práticos, Velha Bahia, Cimo, Gerdau, e Mobilinea também participaram deste editorial. Fonte: HUGERTH, 2015, p. 175

persuasivos em primeira pessoa e a divulgação de seus prêmios nacionais e internacionais certamente a fim de promover a comercialização de seus produtos.

Portanto, a análise das publicações da Hobjeto permite a afirmação de que Geraldo de Barros participou de fato dos processos de concepção dos anúncios e reportagens da empresa utilizando dos princípios concretistas em discursos e na configuração da comunicação visual como estratégia de divulgação de sua marca. Desta forma, estes ideais orientaram tanto o contexto produtivo como o de disseminação do móvel moderno, revelando que o contato do artista com a arte concreta foi determinante para a definição dos rumos da empresa contribuindo para seu sucesso.

4.2. A difusão do estilo moderno: o contexto das indústrias pioneiras na produção de móveis e a Hobjeto.

O principal grupo de indústrias que surgiu no mercado paulista, no mesmo momento em que a Hobjeto, entre o final dos anos 1950 e início dos anos 1960, responsável pela produção e ambientação do móvel moderno era composto pelas seguintes empresas: Hobjeto, Oca, Mobilinea, Mobília Contemporânea, L'Atelier, Ambiente, Forma e Arredamento (SANTOS, 2015). Os designers responsáveis por estas, se conheciam por participar do mesmo campo de atuação, e desta forma, compartilhavam das mesmas estratégias de mercado com a finalidade de consolidar e divulgar o estilo de vida moderno ainda desconhecido, para a maioria das camadas médias da população.

O mobiliário moderno modular, mesmo sendo produzidos por diferentes empresas, era guiado pela mesma estética simplista e racional, desconsiderando os conceitos de luxo impostos pela “aristocracia” da época. Eram peças feitas para atender as necessidades das novas transformações que ocorriam nas cidades, a fim de solucionar o espaço reduzido dos apartamentos destinados às classes médias que emergiam nas principais capitais brasileiras (HUGERTH, 2015).

Devido à necessidade de adequação aos espaços reduzidos dos apartamentos, pelo fato de seus designers compartilharem da mesma estética e por

motivos de limitações produtivas, os móveis desenvolvidos por estas empresas entre o ano de 1965 até a década de 1970, em sua maior parte, se assemelhavam esteticamente (HUGERTH, 2015).

A semelhança entre as cadeiras de diferentes empresas, evidenciada pelas imagens (Figura 36, Figura 37, Figura 38 e Figura 39), também podem ser identificadas em mesas de jantar de tampo circular com pé central apoiado em estrutura em formato de cruz, e em estantes conforme identifica Mina Hugerth:

[...] ou as estantes modulares estruturadas por montantes verticais em chapas e apoios feitos por estantes e caixas, podendo ser usadas com ou sem fechamentos, junto a paredes ou dividindo ambientes.¹⁵⁷

Segundo Bioni, a Hobjeto sempre recebeu os seus concorrentes na fábrica, sem o receio de que as linhas de móveis pudessem ser copiadas, pois “o que vai fazer a empresa é o conjunto de pessoas, de conhecedores do assunto.”¹⁵⁸ Bioni lembrou em entrevista¹⁵⁹ o momento em que constatou que os mecanismos desenvolvidos pela Hobjeto estavam sendo reproduzidos por outras empresas, e nesta ocasião Michel Arnoult lhe aconselhou “A cópia é o melhor elogio”.

Portanto, é possível afirmar que os designers estavam habituados a estas situações visto que, a semelhança entre os móveis destas empresas, consolidavam o estilo moderno por meio da concorrência. Para a defesa do estilo moderno as empresas paulistanas chegaram a divulgar em grupo seus móveis como sendo acessíveis e, com a intenção de relacioná-los à peças de alta qualidade, criaram a cultura de design no mobiliário. Desta maneira, seus produtos poderiam ser compreendidos no contexto moderno e para tal, dependiam da existência de concorrentes como forma de consolidação da linguagem moderna.

¹⁵⁷ HUGERTH, 2016 p. 67.

¹⁵⁸ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

¹⁵⁹ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

Figura 37 Cadeira da Hobjeto, início da década de 1960. Fonte: Acervo pessoal de Fabiana de Barros.

Figura 36 Cadeira em anúncio da Mobilinea, 1963. Fonte: HUGERTH, 2015, p.92.

Figura 39 Cadeira desenhada por Sérgio Rodrigues, 1965. Esta, fazia parte da linha de móveis criada para a Universidade de Brasília (UNB) que originaram os primeiros modelos estofados fabricados pela Mobilinea. Fonte: <http://thomazsaavedra.com.br/en/produtos/asse>

Figura 38 Cadeira de Michel Arnoult, início da década de 1960. Fonte: <http://thomazsaavedra.com.br/en/produtos/assentos/cadeiras/conjunto-de-cadeiras.html> Acessado em 6 de abril de 2017.

Empresas como a Mobilinea, Oca, L'Atelier, Móbia Contemporânea, Ambiente, Forma e Arredamento visando se promover em conjunto, se uniram para comprar espaços publicitários em jornais e revistas paulistas, e outras para participar em grupo, de grandes *show rooms* modernos como por exemplo a *Home Store* proposta pela Mobilinea (HUGERTH, 2015):

[...] em 1972 os sócios da Mobilinea decidiram criar a Home Store, unindo-se a 27 outras empresas em uma loja de 1800m² à Avenida Nove de Julho, onde era possível encontrar desde mobiliário para casa e jardim, a discos, flores e livros, sempre expostos em ambientações completas e seguindo os princípios dos outros espaços da Mobilinea, que tinha controle criativo do empreendimento.¹⁶⁰

A união de 27 empresas em um mesmo espaço foi um grande exemplo de cenografia doméstica moderna. A responsável pela escolha das empresas participantes, Georgia Hauner, selecionou marcas que contribuíam com o estilo de vida moderno proposto pela Mobilinea, como a Arredamento com moveis infantis, a Mobilinea com móveis residenciais e a Probjeto com móveis residenciais de linha italiana (HUGERTH, 2015). Esta iniciativa pode ser considerada o ápice da divulgação do ambiente moderno.

Ambientações modernas

Com a redução dos espaços domésticos surgiram desafios quanto a organização do móvel no espaço, o qual passou a exigir um maior planejamento para o desenvolvimento adequado das atividades domésticas. Por este motivo, as empresas responsáveis pela produção do mobiliário moderno modular adotavam como tática para suas lojas a organização dos móveis em ambientações modernas, inserindo-os em montagens de espaços domésticos que representavam os cômodos de uma suposta moradia como forma de orientar o consumidor à solucionar os problemas do pouco espaço.

¹⁶⁰ HUGERTH, 2015, p. 24

Figura 40 Exemplo de estratégia para disseminação da ambientação moderna. Ambientação proposta pela Hobjeto. Acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.

Os móveis eram dispostos em ambientes integrados, em conjunto com peças artesanais e obras de arte moderna como estratégia para consolidar o estilo por meio da inserção da arte, do artesanato e do design em um mesmo ambiente.

Estas marcas utilizavam estratégias de venda similares, como por exemplo, a disponibilização de equipes para auxiliar seus clientes nos projetos de interiores de suas moradias. No caso da Hobjeto, além das ambientações das lojas, vendedoras auxiliavam na organização do espaço interno das moradias de seus clientes, por meio da utilização de modelos dos móveis em escala reduzida¹⁶¹, para que compreendessem como planejar o interior de uma ambientação moderna. Desta forma, eram propostas soluções com a distribuição racional do móvel em um espaço igualmente racional¹⁶².

Pelo fato de vender o mesmo tipo de mobiliário que as outras empresas a preços competitivos e investir intensamente em anúncios, a Hobjeto conseguiu atingir um grande público, o que era a intenção de Geraldo de Barros desde os tempos em que trabalhava na Unilabor. A análise destas informações possibilita o

¹⁶¹ Assunto a ser explorado a seguir.

¹⁶² HUGERTH, Mina Warchavchik. *A apresentação do design moderno na Mobília Contemporânea*. In Michel Arnoult, design e utopia: móveis em série para todos. Organizado por Ethel Leon. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016, 216p.

entendimento de que as estratégias adotadas pela Hobjeto faziam parte de um campo que englobava determinadas empresas do mercado de desenho do móvel moderno em São Paulo.

Portanto, estas empresas concorrentes, ao se unirem, consolidaram uma estratégia em grupo e desta forma, conseguiram, em longo prazo, difundir e promover em conjunto a ideia de ambiente moderno que se espalhou para outras camadas sociais a partir dos anos 1980, podendo considerar esta uma possível origem da disseminação do móvel moderno.

4.3. Os ambientes domésticos propostos pela Hobjeto: sinta-se em casa.

Com a dificuldade de veiculação do mobiliário em jornais e revistas e o pouco acesso das classes baixas à informações sobre o universo do moderno, a representação de um cômodo em escala real no espaço interno das lojas, foi uma estratégia eficaz para o conhecimento e propagação do estilo de vida, visto que estas eram o único local de comercialização dos móveis. Desta forma, os ambientes modernos representavam com precisão os cômodos de uma suposta residência (MARTINS, 2017) a fim de proporcionar aos possíveis clientes recintos para que se sentissem à vontade, como se estivessem em suas próprias casas.

Os ambientes domésticos expostos no espaço interno das lojas eram elaborados por Geraldo de Barros em conjunto com as vendedoras, “Não tinha nada que não era feito por ele” diz Fabiana de Barros em entrevista¹⁶³. Estes, continham, além do mobiliário produzido pela empresa, objetos de decoração como quadros concretistas produzidos pelo próprio artista¹⁶⁴, luminárias, tapetes, almofadas entre outros itens.

A presença dos quadros de Geraldo de Barros nos interiores domésticos é uma característica particular das ambientações da Hobjeto. Os quadros concretistas,

¹⁶³ Entrevista concedida por Fabiana de Barros à autora em 15 de julho de 2016, na cidade de São Paulo, com 1h e 30 min de duração.

¹⁶⁴ Ibidem.

posicionados acima do encosto do sofá, integram ao ambiente o pensamento do artista em relação ao estilo moderno, revelando que está presente em todo o contexto, desde os detalhes do espaço até as formas de produção do móvel (MARTINS, 2017). Geraldo tinha o costume de acompanhar e participar da rotina da fábrica e das lojas como forma de realização pessoal e para assessorar seus funcionários.

Ele não ia assim tipo pra fiscalizar, ele ia porque ele gostava da loja, das coisas dele e tal, então todo santo dia ele ia. Ai quando a gente mudou pra loja da, da esquina, pra loja nova grande, nossa aquela ele tinha um orgulho danado.¹⁶⁵

A maioria dos objetos escolhidos por Geraldo de Barros para compor a ambiência dos espaços da Hobjeto eram de artistas amigos e de seu gosto pessoal como, por exemplo, os vasos de cerâmica¹⁶⁶. A forma de escolha dos itens decorativos possibilita a análise de que os ambientes da Hobjeto compunham um conjunto coerente ao contexto moderno, pois Geraldo de Barros escolhia artistas de seu meio que compartilhavam do mesmo pensamento.

As almofadas de crochê, sempre presentes nos ambientes das lojas, eram feitas manualmente pela mãe de Geraldo de Barros, que as encomendava como forma de ajudá-la financeiramente além de ser uma tendência decorativa do período¹⁶⁷. Estas indicam a utilização do trabalho artesanal na composição do espaço doméstico moderno da Hobjeto e também de suas concorrentes, o que parece à primeira vista contraditório comparado aos princípios modernistas de racionalização produtiva.

Possivelmente, a Hobjeto, ao colocar elementos de personalização em seus ambientes faz uma concessão ao público, ainda acostumado com ambientes tradicionais, como tentativa de aproximação e familiarização ao estilo moderno.

Maria Beatriz Butcher, conhecida como Bibita, trabalhou da loja da Mobilinea e posteriormente, entre os anos de 1971 a 1974, foi gerente da loja da Hobjeto da

¹⁶⁵ Entrevista concedida por Bibita (Maria Beatriz) Butcher à autora em 24 de maio de 2016 na cidade de Cotia.

¹⁶⁶ Entrevista concedida por Fabiana de Barros, à autora em 15 de julho de 2016, na cidade de São Paulo, com 1h e 30 min. de duração.

¹⁶⁷ Ibidem.

Avenida Faria Lima desde sua inauguração. Bibita contou em entrevista que uma cliente que tinha adquirido um apartamento novo na época foi à loja com a intenção de devolver os móveis comprados, pois, não estava se sentindo “em sua casa”. A mulher, por não ter colocado os seus objetos no espaço estava com a sensação de que o ambiente não a pertencia, pois, não correspondia à sua casa. Bibita orientou a moça a colocar seus objetos pessoais para que o ambiente não ficasse “frio”.

Eu falei mas você pôs alguma coisa na casa, e ela falou não, e então eu falei você tem que por os seus livros os seus discos, e ela, eu não tenho livros, e eu mas coloque as suas coisas, os seus objetos o seu pingüim na geladeira, a menina entendeu a historia, se não ficava frio.¹⁶⁸

Neste período de aceitação do estilo, este tipo de acontecimento deveria ser recorrente, pois, a maioria das pessoas de classe média considerava o ambiente moderno impessoal e industrial. As classes em ascensão que configuravam o público consumidor da Hobjeto tinham a intenção de modernizar o seu estilo de vida para simbolizar a mudança de classe social, porém, isto não era o suficiente para a incorporação do estilo o que pode ter sido um dos fatores que contribuíram para a demora na aceitação do moderno.

Geraldo tinha a preocupação em reproduzir espaços idênticos aos da loja da Av. Iguatemi em estandes e em estúdios fotográficos, colocando os mesmos objetos nas mesmas posições¹⁶⁹. Tal iniciativa permite a afirmação de que de fato havia a intenção por parte do artista em orientar os compradores quanto a lógica do espaço moderno, reforçando o estilo por meio da repetição de configurações de ambientes. Nas lojas da Hobjeto, o público era atendido por vendedoras¹⁷⁰ obrigatoriamente formadas em decoração que participavam da organização dos ambientes propostos para as lojas e os auxiliavam em propostas de combinações e arranjos funcionais de móveis para suas moradias com a utilização de maquetes da linha de móveis

¹⁶⁸ Entrevista concedida por Fabiana de Barros, à autora em 15 de julho de 2016, na cidade de São Paulo, com 1h e 30 min. de duração.

¹⁶⁹ Ibidem.

¹⁷⁰ Nas lojas da Mobilinea, mulheres também ocupavam os cargos de vendedora e gerente.

vigente¹⁷¹. Estas, também participavam de reuniões na fábrica da Hobjeto, onde era explicado em uma espécie de aula, os detalhes das linhas de móveis a serem lançadas para que pudessem compreender a fundo o produto que vendiam. Com base nas atividades atribuídas às vendedoras, é possível afirmar que estas eram funcionárias indispensáveis para o progresso da Hobjeto, pois, além de se responsabilizarem pela venda e organização das peças nas lojas, informavam à fábrica sobre as principais tendências e anseios dos clientes, o que contribuía para a constante atualização dos produtos de acordo com o mercado consumidor e consequentemente colaboravam para o aumento das vendas. Bibita, a antiga gerente da loja da Av. Faria Lima, revelou em entrevista como ingressou na Hobjeto:

Uma amiga minha me ligou e falou, então, estão precisando de gente pra fazer o que você fazia na Mobilinea, fui lá, falei com o Sr. Geraldo e ele falou pode começar, foi assim. O Geraldo era muito bom, tinha um coração muito grande sabe, ele era um bom administrador.¹⁷²

Segundo Bibita¹⁷³, a Hobjeto era uma boa empresa para se trabalhar pois, por ser bem administrada, efetuava o pagamento de seus funcionários em dia, além de oferecer salários mais altos do que seus concorrentes. Devido à sua organização, a Hobjeto cumpria pontualmente com os prazos de entrega previstos, transmitindo uma certa credibilidade aos clientes que sentiam segurança em adquirir os móveis da marca.

O Geraldo era um artista, mas ele tinha gente que era mais organizada dentro da fábrica, então era uma empresa onde era fácil de trabalhar. Você sabia que você estava vendendo uma coisa de boa qualidade e com prazo de entrega sério entendeu?¹⁷⁴

Nas lojas da Hobjeto também era oferecido o serviço de consultoria para pequenas reformas e decoração de ambientes domésticos com a indicação de

¹⁷¹ Assunto a ser abordado no próximo subitem.

¹⁷² Entrevista concedida por Bibita (Maria Beatriz) Butcher à autora em 24 de maio de 2016 na cidade de Cotia.

¹⁷³ Ibidem.

¹⁷⁴ Ibidem.

profissionais especializados. O procedimento, assim como o das vendas nas lojas, previa a utilização de modelos os quais eram dispostos no espaço em escala reduzida, porém, este era pago pelos interessados de acordo com o período de duração do atendimento.

A consultoria apresentava o auxílio básico necessário para a decoração da casa instruindo o consumidor sobre a combinação e aplicação de cores, a disposição racional dos móveis e objetos de decoração no espaço, além de planejar um orçamento para a execução dos serviços. Possivelmente a oferta deste serviço pela Hobjeto também era uma estratégia para a atração do público às lojas, visando estimular o consumo de móveis visto que nestas poderiam ser encontradas as peças adequadas às propostas da decoradora.

O artigo do jornal *O Estado de São Paulo* de título *Ponha os móveis no lugar certo*¹⁷⁵ explica o serviço de consultoria realizado pela decoradora Ana Maria Sampaio, enfatizando a importância de um profissional especializado para solucionar os problemas gerados pelo equivocado arranjo do mobiliário. Neste, são apresentadas diversas alternativas de organização do mobiliário comercializado pela Hobjeto no espaço de uma sala de estar, a fim de orientar o leitor sobre a melhor opção para a organização dos móveis.

A leitura do anúncio permite a interpretação de que havia a preocupação por parte de Geraldo de Barros em organizar o espaço interno das moradias porém, o intuito comercial não pode ser descartado principalmente considerando a capacidade empreendedora de Geraldo.

Outra tática para a divulgação dos móveis, que assim como as anteriores envolvia a representação do espaço doméstico em escala real, era a de cedê-los para comporem os ambientes dos apartamentos decorados de algumas construtoras do período como a Guarantã, a Forma Espaço e a Takaoka¹⁷⁶.

A exposição dos móveis nestes espaços acabava por se tornar uma promoção para a empresa, pois, o público interessado em adquirir este tipo de imóvel era o mesmo que frequentaria as lojas da Hobjeto. Deste modo, a prática se

¹⁷⁵ “Ponha os móveis no lugar certo”. *O Estado de São Paulo*. p. 187. Suplemento Feminino. 24 ago. 1969.

¹⁷⁶ Entrevista concedida por Bibita (Maria Beatriz) Butcher à autora em 24 de maio de 2016 na cidade de Cotia.

tornou comum entre outras empresas do ramo, pois, os compradores dos apartamentos acabavam por adquirir também os móveis expostos¹⁷⁷.

A Hobjeto tinha estratégias de venda mais agressivas e uma estrutura administrativa e comercial muito desenvolvida em relação às outras marcas (HUGERTH, 2015), o que pode ser considerado em parte como o motivo de seu grande sucesso. Faziam o financiamento do pagamento dos móveis na própria loja e o aprovavam no mesmo dia, o que mostrava aos clientes que eram capazes de comprar móveis modernos, de qualidade, com atendimento individualizado e em uma loja localizada em um dos melhores lugares de São Paulo.

Geraldo de Barros era a combinação do dom artístico com uma personalidade empreendedora e, por trabalhar no Banco do Brasil durante meio período, tinha vasta experiência em assuntos administrativos e econômicos, fatores que provavelmente colaboraram para a sua bem sucedida gestão.

¹⁷⁷ Entrevista concedida por Bibita (Maria Beatriz) Butcher à autora em 24 de maio de 2016 na cidade de Cotia.

4.4. Miniaturas: uma nova forma de vender.

Maquetes em escala 1:10 eram utilizadas nas lojas pelas vendedoras que auxiliavam os clientes na composição do espaço interno de suas moradias para que compreendessem melhor como os móveis seriam organizados em suas casas. Os modelos de alta qualidade e ricos em detalhes eram feitos de madeira e tecido pelo habilidoso marceneiro Elias Mousa Asfour (Figura 41).

Segundo Bibita Butcher e Fabiana de Barros, os clientes traziam as dimensões dos ambientes os quais eram escolhidos para serem mobiliados e as vendedoras desenhavam a planta em escala, em um papel especial milimetrado que era mandado fazer com o timbre da empresa cuja escala correspondia à escala das maquetes.

Desta forma, em um contexto despojado e sempre acompanhado de um café (Figura 42), o ambiente era montado em conjunto com o público, utilizando as maquetes dos móveis que haviam escolhido. Com essa iniciativa o possível comprador participava da decoração e conseguia imaginar o espaço da sua moradia, com todos os itens que necessitava¹⁷⁸. Bibita explica os detalhes do modo de vendas adotado pela empresa:

Eles tinham um esquema de venda muito legal, eles faziam umas folhas de papel em escala 1:10 todo quadriculado, a gente desenhava o ambiente do cliente e punha as maquetes em cima, então a pessoa via o que ia comprar.¹⁷⁹

Este tipo de atendimento também era feito à domicílio “sem compromisso”¹⁸⁰ e de maneira gratuita, por meio de agendamento por telefone, conforme anúncio publicado no jornal *Estado de São Paulo* em outubro de 1975 (Figura 43).

¹⁷⁸ Entrevista concedida por Bibita (Maria Beatriz) Butcher à autora em 24 de maio de 2016 na cidade de Cotia e Entrevista concedida por Fabiana de Barros, à autora em 15 de julho de 2016, na cidade de São Paulo, com 1h e 30 min. de duração.

¹⁷⁹ Entrevista concedida por Bibita (Maria Beatriz) Butcher à autora em 24 de maio de 2016 na cidade de Cotia.

¹⁸⁰ Termo utilizado no corpo do anúncio.

Figura 41 Elias Mousa Asfour manipulando o conjunto de maquetes na fábrica da Hobjeto. Fonte: Acervo de Fabiana de Barros.

Figura 42 Fotografia que representa o momento de venda com a utilização de maquetes sobre planta desenhada em papel quadriculado, acompanhada de uma xícara de café. Acervo pessoal de Fabiana de Barros.

SE VOCÊ NÃO TEM TEMPO PARA VIR ATÉ NOSSA LOJA, NÓS TEMOS TEMPO PARA IR ATÉ SUA CASA.

Um jeito novo de vender móveis.
Basta um telefonema para a Hobjeto e pronto: lá está, na porta de sua casa, uma talentosa decoradora com uma maleta na mão.

Dentro dessa maleta ela leva muitas miniaturas de nossos móveis.

Aí, é só desenhar a planta de sua casa e brincar de montar ambientes.

Não se acanhe.

Esse planejamento a domicílio é sem compromisso e não custa um tostão.

Telefone para 210-1388 e peça uma visita da Hobjeto.

Para você ter uma ideia sobre preços, veja algumas sugestões da Hobjeto:

Sala de jantar (mesa, 4 cadeiras e buffet), a partir de Cr\$ 6.339,00.

Sala de estar (sofá 3 lugares, 2 poltronas, mesa de centro e mesa de canto), desde Cr\$ 7.841,00.

Dormitório casal (cama casal e 2 criados, penteadeira, espelho e banqueta), a partir de Cr\$ 4.784,00.

5 pagamentos sem acréscimo ou em 24 meses.

o móvel inteligente

Figura 43 Propaganda Hobjeto - Explicação do serviço de atendimento com maquetes à domicílio. Fonte: O Estado de São Paulo. p. 12. 07 out. 1975.

O anúncio oferece o atendimento em casa como justificativa à falta de tempo disponível para a visita às lojas Hobjeto. Desta forma é possível traçar o perfil do público a que a propaganda se refere como sendo de rotina movimentada em que, provavelmente, os integrantes trabalham fora de casa em tempo integral.

Os compradores da Hobjeto, por não terem domínio sobre o estilo moderno, e por não estarem acompanhados por arquitetos, como ocorria com frequência nas lojas da Mobilinea¹⁸¹, acabavam por aceitar as sugestões de ambientação propostas pelas vendedoras que os atendiam com atenção e de maneira personalizada, deixando-os à vontade. Deste modo, pode-se afirmar que a escolha da quantidade

¹⁸¹Entrevista concedida por Bibita (Maria Beatriz) Butcher à autora em 24 de maio de 2016 na cidade de Cotia.

de móveis a serem adquiridos era influenciada pela definição dos arranjos impostos pelas vendedoras.

Na Mobilinea era raro a gente vender uma casa inteira na Hobjeto era normal, o que você punha no papel a pessoa gostava. A gente fazia a cabeça do cliente, era fácil.¹⁸²

A forma de apresentação com as maquetes facilitava a visualização dos espaços além de flexibilizar propostas de arranjo e rearranjo do mobiliário oferecendo mais de uma possibilidade de organização de acordo com cada situação. As vendedoras posicionavam as maquetes na planta desenhada, orientadas pelos movimentos de abertura de portas e passagens, considerando a utilização de objetos de decoração (MARTINS, 2017).

Elas (as vendedoras) falavam: olha na verdade a sala de jantar tem que ficar aqui porque é perto da cozinha, aqui tem uma entrada e é feio entrar na casa e ver uma coisa assim e faz assim e faz assado, ajudando a decorar, aqui você põe uma planta.¹⁸³

Sendo assim, a manipulação das maquetes auxiliava, de forma improvisada, a resolução de problemas específicos e particularidades de cada espaço, com a proposição de arranjos e ambiências que não estavam presentes nas ambientações oferecidas pelos *show rooms*, colaborando assim para a venda de conjuntos inteiros de móveis (MARTINS, 2017).

Segundo Fabiana de Barros, a intenção de Geraldo em relação à inserção das maquetes nas plantas das moradias como um serviço gratuito, era a de mostrar aos clientes o necessário a se comprar para as suas casas, visto que, grande parte deste público não estava familiarizada com o espaço pequeno dos novos apartamentos dos anos 1960 e 1970. Por este motivo, muitos acabavam por escolher mais móveis do que caberia em suas moradias, o que aumentaria o custo final da venda inviabilizando-a. Portanto, com esta prática, o cliente não compraria

¹⁸²Entrevista concedida por Bibita (Maria Beatriz) Butcher à autora em 24 de maio de 2016 na cidade de Cotia.

¹⁸³Entrevista concedida por Fabiana de Barros, à autora em 15 de julho de 2016, na cidade de São Paulo, com 1h e 30 min. de duração.

itens em excesso fazendo com que economizasse e sentisse segurança em adquirir apenas os móveis essenciais à sua casa, o que se tornava uma garantia de venda para a Hobjeto. A compra podia ser feita em etapas, por ambientes, dependendo da necessidade e condição financeira de cada cliente.

Geraldo tinha grande admiração por esse serviço e o entendia como uma forma de proteger o consumidor além de aumentar as vendas pois, este era um diferencial em relação aos concorrentes. “Essa coisa lúdica facilitava a venda e protegia a pessoa para não comprar coisas que não precisava” ¹⁸⁴.

Outras empresas do período, principalmente suas concorrentes diretas, praticaram estratégias similares as da Hobjeto como tática para aumentar o número de vendas e atrair às suas lojas possíveis clientes interessados em participar deste tipo de prática. A Home Store mencionada anteriormente, a qual a Mobilinea fazia parte, ao invés de miniaturas em escala reduzida, propôs cartelas adesivas com a impressão dos móveis à venda no *showroom*, para que fossem destacados e inseridos nas plantas dos clientes no momento da venda (HUGERTH, 2015) (Figura 44).

Michel Arnoult desde sua atuação na Mobília Contemporânea adotou a confecção de maquetes assim como Geraldo de Barros. Porém, os modelos produzidos faziam parte do processo de concepção do móvel, sendo utilizados apenas como ferramenta para estudos e testes relacionados à proporção (MAUTNER, 2016), não se relacionando às questões comerciais.

Geraldo de Barros, além de admirar o trabalho do exímio marceneiro Elias Asfour, deveria ter consciência do quanto as miniaturas, executadas minuciosamente na própria fábrica da Hobjeto, influenciariam positivamente a venda dos móveis. O feitio destas apresentava um alto custo mas que, devido a seu sucesso, era relevado, assim como recordou Antônio Bioni “Custava mais caro uma cadeirinha dessas do que uma peça em linha”.¹⁸⁵

¹⁸⁴ Entrevista concedida por Fabiana de Barros, à autora em 15 de julho de 2016, na cidade de São Paulo, com 1h e 30 min de duração.

¹⁸⁵ BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

Figura 44 Cartela de adesivos da Home Store, com o desenho dos móveis em escala para a configuração de plantas residenciais. Fonte: HURGERTH, 2015, pg. 157.

O contato com as maquetes

Segundo a ex-gerente da loja, a cada linha de móveis se mandava fazer novas miniaturas, sem poupar gastos, mesmo sendo de tamanhos similares aos das linhas anteriores por seguirem modulações semelhantes. Nas lojas, cada vendedora era responsável por um jogo de maquetes (Figura 45) assim, a venda não era comprometida caso tivessem que dividir o material com outra colega de trabalho¹⁸⁶.

Os conjuntos de modelos de linhas obsoletas, eram doados por Geraldo de Barros às funcionárias da loja para que suas filhas pudessem brincar de boneca¹⁸⁷. Por esta feliz iniciativa, as maquetes acabaram por ser cedidas ao Museu da Casa Brasileira e, portanto, examinadas.

¹⁸⁶ Entrevista concedida por Bibita (Maria Beatriz) Butcher à autora em 24 de maio de 2016 na cidade de Cotia.

¹⁸⁷ Entrevista concedida por Bibita (Maria Beatriz) Butcher à autora em 24 de maio de 2016 na cidade de Cotia.

Figura 45 Etiqueta com o nome da vendedora responsável pelo modelo na parte inferior da maquete. Data de fabricação: desconhecida. Fonte: Registro da Autora durante consulta no Acervo do Museu da Casa Brasileira.

A manipulação das maquetes (Figura 46) permitiu a confirmação de que as peças de fato pertenceram à crianças pois, algumas apresentam rabiscos¹⁸⁸, desenhos e certas interferências como por exemplo a de um pregador de roupas colado no local de um dos pés quebrados de uma caminha. A análise do estado de conservação destas peças assegura a veracidade dos fatos relatados por Bibita Butcher, contribuindo diretamente para o entendimento e recuperação da trajetória e história da Hobjeto.

O contato com as maquetes da Hobjeto comprova o primor do trabalho feito por Elias Asfour (Figura 47 e 48). A utilização de materiais nobres, os cuidados com a escala, a proporção e a fiel reprodução de detalhes despertam o encanto e admiração por estas, o que possibilita a compreensão de seus efeitos sobre os clientes nos anos 1970, pela sua eficiência na representatividade como simulacro em miniatura dos móveis reais quando usadas na estratégia de visualização antecipada de ambientes.

¹⁸⁸ Não foi permitido o registro das maquetes que não estavam em perfeito estado de conservação.

Figura 46 Maquete de poltrona sem apoio para braços com estrutura em madeira maciça de cor escura com acabamento em verniz brilhante. Encosto e assento feito de espuma com acabamento em tecido vermelho. Data de fabricação: desconhecida. Fonte: Registro da Autora.

Figura 48 Maquete que reproduz cadeira icônica da Hobjeto, sem apoio para braços feita em estrutura de madeira maciça com acabamento em pintura branca e assentos de madeira revestidos em tecido verde. Data de fabricação: desconhecida. Fonte: Registro da Autora.

Figura 47 Maquete de mesa, feita em madeira maciça com acabamento em pintura branca. Data de fabricação: desconhecida. Fonte: Registro da Autora durante consulta no Acervo do Museu da Casa Brasileira.

Figura 49 Ambiente montado pela Hobjetto para um editorial da revista Casa & Jardim em 1971. Nota-se que a linha apresentada na imagem é representada pelos modelos mostrados nas Figuras 47 e 48. Apesar dos efeitos do tempo, é evidente a semelhança entre as maquetes e o mobiliário produzido pela empresa quanto as proporções, formas, materiais, cores e acabamentos. Fonte: “C.J. Visita ... Hobjeto”. Casa & Jardim. Pp. 84. out. 1971.

A proximidade com as miniaturas permite a afirmação de que os materiais utilizados correspondem fielmente às cores, texturas e propriedades dos empregados no mobiliário desenvolvido pela Hobjetto. Desta forma, é possível reconhecer que a estrutura em madeira maciça presente nas maquetes equivale ao emprego da chapa de compensado ou do aglomerado, o acabamento em verniz brilhante sobre a madeira nos modelos representa o tratamento na aplicação de folhas de madeira, a pintura branca sobre a estrutura das miniaturas se assemelha ao acabamento laqueado e o estofado é confeccionado com tecidos de cores muito próximas às cores das peças em escala real (Figura 49).

Figura 50 Os mobiliários inseridos na ambientação levantam questionamentos a respeito de suas proporções, impossibilitando a definição destes como sendo modelos em escala 1:10 ou móveis em escala real.

Sendo assim, as miniaturas quando ambientadas em um contexto de espaço doméstico provocam dúvidas¹⁸⁹ quanto a sua real escala. Estas, devido a seu rigor representativo, podem ser facilmente confundidas com os móveis em escala 1:1 (Figura 50). O mesmo ocorria com as maquetes utilizadas na Mobília Contemporânea que por serem executadas com perfeição eram utilizadas em testes de ambientação (MAUTNER, 2016).

¹⁸⁹ Antônio Bioni ao ser apresentado a uma imagem de ambientação da Hobjeto durante entrevista ao Museu da Casa Brasileira, não se certificou sobre a escala do mobiliário representado. BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira.

O Jogo do espaço

Figura 51 No canto direito da fotografia é possível identificar as maquetes da linha de móveis da Unilabor. Esta, composta por estante, sofá, banqueta e poltrona, revela a riqueza de detalhes quanto ao acabamento podendo ser identificada a representação do jacarandá, da fórmica branca e da textura do estofado. Fonte: CLARO, 2012.

Geraldo de Barros havia tido contato com maquetes de móveis anteriormente à experiência com a Hobjeto (CLARO, 2012). No início da década de 1960, em um contexto desenvolvimentista e de incentivo à modernização da mobília, o artista expôs ao então presidente Juscelino Kubitschek as miniaturas da linha de móveis da Unilabor (Figura 51).

A imagem permite a análise de que, Geraldo utilizou os modelos em menor escala, precisamente detalhados e fiéis ao mobiliário produzido pela Unilabor, como forma de facilitar a compreensão do público, em sua maioria desconhecedor do estilo moderno, com a intenção de difundi-lo à amplas camadas sociais. Portanto, é possível afirmar que tal iniciativa se estendeu à Hobjeto, a qual apresentava as maquetes aos clientes como forma de instruí-los quanto às características do móvel e do espaço, neste caso, com o sentido comercial imbuído.

Geraldo de Barros propunha a seus clientes o manuseio intuitivo das miniaturas dos móveis em conjunto com as vendedoras como uma “brincadeira de

casinha" (Figura 52), instigando a imaginação e percepção em relação ao espaço construído dos apartamentos e à disposição dos móveis da Hobjeto. Por meio desta prática era transmitido de uma maneira lúdica e instrutiva, os conceitos de ambientação e racionalização do espaço moderno ainda desconhecidos pelos consumidores.

Portanto, com a análise da disposição dos produtos nas lojas, do processo de vendas e dos serviços oferecidos pela Hobjeto é possível afirmar que seus ambientes eram propostos como forma de divulgar e ensinar o moderno a maiores camadas sociais.

VAMOS BRINCAR DE CASINHA

Existe um jeito de comprar móveis de maneira planejada. É só ir até qualquer loja Hobjeto e brincar de casinha com a planta de sua casa e as miniaturas de todos os nossos móveis.

Você monta quantos ambientes quiser, não comprando nada de mais ou de menos. E todo esse planejamento não custa um tostão.

Venha conhecer de perto os móveis Hobjeto (design Geraldo Barros) e o prazo matemático de entrega.

Móveis Hobjeto

Av. Brigadeiro Faria Lima, 679, tel.: 210-1388.
Rua Augusta, 398, tel.: 257-7321.
Av. Pacaembu, 1.295, tels.: 66-8609/67-8169.
Rua Jurubatuba, 260, tel.: 443-2187 - São Bernardo.
Av. Antonio Piranga, 2-627, tel.: 445-1055 - Diadema.
Av. Moraes Salles, 568, tel.: 2-8392 - Campinas.

Sala de jantar (mesa, 4 cadeiras e buffet), a partir de Cr\$ 6.339,00.
Sala de estar (sofá 3 lugares, 2 poltronas, mesa de centro e mesa de canto), desde Cr\$ 7.841,00.
Dormitório casal (cama casal com criados, penteadeira, espelho e banqueta), a partir de Cr\$ 4.784,00.
5 pagamentos sem acréscimo ou em 24 meses.
Se você não tem tempo de vir até nossa loja, telefone para 210-1388 e uma nossa decoradora irá visitar você.

HOBJETO
O MÓVEL INTELIGENTE

Figura 52 Anúncio da Hobjeto "Vamos brincar de casinha". Fonte: O Estado de São Paulo p. 23, Caderno Geral. 23 de set.1975.

5. ENSAIOS

Neste capítulo, concepções de ambientações modernas domésticas elaboradas pela Hobjeto serão analisadas como forma de compreensão da lógica organizacional do móvel que configura e promove o arranjo do interior doméstico e sua importância na disseminação e consolidação do estilo e mobiliário modernos.

Para tal análise, recorri como premissa, à consultas à uma publicação que representa um interior doméstico proposto pela Hobjeto, utilizado no período como meio de divulgação do conceito de ambientação; à fotografias de maquetes das peças de mobiliário utilizadas nas lojas para a venda e que compunham e representavam os ambientes propostos para cômodos da casa; à anúncios correspondentes ao período estudado; e à fotografias de ambientações domésticas das lojas e à entrevistas que são de extrema importância para o entendimento do contexto histórico e social no qual a ambiência moderna apresentada se inseria.

Para analisar os dados das fontes e atingir o objetivo proposto, foi utilizado o livro “O Sistema dos Objetos” como referencial teórico para o estudo da imagem selecionada, possibilitando a análise e combinação dos conceitos de ambiência e arranjo propostos pelo autor Jean Baudrillard em relação a conformação do ambiente doméstico moderno.

O procedimento para a leitura de imagens¹⁹⁰ utilizado por Marinês Ribeiro dos Santos (2010), será adotado como modelo para a análise das imagens de ambientações da Hobjeto. Marinês Ribeiro aplica como forma de leitura dos códigos que organizam os significados das imagens as etapas propostas por Martine Joly em “Introdução à Análise da Imagem”.

Segundo Martine Joly¹⁹¹ (1996 apud JOLY; SANTOS, 2010) as etapas para a investigação e o entendimento da mensagem visual consistem, à princípio, no levantamento e análise de elementos que despertam significados associados à significantes, classificados como: plásticos, icônicos ou linguísticos. Posteriormente, para que se descubra a mensagem implícita na imagem, é necessária a correspondência entre significantes à significados evocados por convenção ou pelo hábito.

Desta forma, os significados resultantes da análise dos signos são combinados aos conceitos de ambiência e arranjo propostos por Baudrillard que,

¹⁹⁰ SANTOS, Marinês R. *O Design Pop no Brasil dos anos 1970: domesticidades e relações de gênero na revista Casa & Jardim*. Tese (Doutorado em Ciências Humanas), Universidade Federal da Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

¹⁹¹ JOLY, Martine. *Introdução à Análise da Imagem*. Campinas, SP: Papirus, 1996.

possibilitam a interpretação da imagem selecionada como sendo uma ambientação de fato moderna.

Desta forma, a análise das ambientações propostas pela Hobjeto possibilita a compreensão das origens da disseminação do mobiliário moderno num contexto de ambientação moderna, preconizada por algumas empresas pioneiras nascidas nos anos 1950 e 1960, e que ao longo do tempo se expandiu para variadas camadas sociais em São Paulo.

5.1. Metodologia de análise de imagens

Martine Joly orienta que, para se obter a coerente análise de uma mensagem visual é preciso que se definam os objetivos em relação a esta e, deste modo, estabelecer os instrumentos que determinam o objeto examinado para que posteriormente as conclusões sejam alcançadas. A análise da mensagem deve fazer parte de um projeto que viabilizará a sua orientação, permitindo a elaboração de sua metodologia. Segundo a autora não existe um único método para a investigação de imagens, mas sim alternativas a serem escolhidas de acordo com os seus objetivos (JOLY, 1996).

A autora explica o método proposto por Roland Barthes¹⁹² que busca na mensagem visual, elementos que provocam significados, os associa a significantes e então viabiliza o encontro dos significados completos, identificando os signos que compõem a imagem, sendo que este procedimento mostra que a imagem é composta por diferentes tipos de signos sendo estes: linguísticos, icônicos e plásticos que, em conjunto constroem o seu significado geral e oculto (Barthes, 1964 apud JOLY, 1996).

Segundo Martine Joly, para descobrir a intenção de comunicação implícita em uma mensagem visual, uma estratégia é listar os diversos tipos de significantes presentes na mensagem e ao analisá-los, identificar a correspondência de significados que a mensagem trás, considerando o contexto da emissão e da recepção da mensagem para que seja admissível. Desta forma, a síntese destes significados pode ser entendida como uma possível interpretação da mensagem implícita (JOLY, 1996).

Joly sugere o procedimento clássico da permutação cujos princípios de base são a oposição e a segmentação como outro caminho para se identificar os diferentes elementos que compõem a imagem. O princípio da permutação consiste na troca de um elemento presente por outro ausente por meio da utilização da associação mental (ou seja, da imaginação) de outros elementos não presentes na imagem, mas que os poderiam substituir. Este tipo de técnica permite a percepção e a diferenciação das distintas classes de componentes, bem como a localização dos

¹⁹² BARTHES, Roland, «Rhétorique de l'image», in Communications n.º 4, Paris, Seuil, 1964.

elementos plásticos como formas e cores, possibilitando o entendimento dos motivos os quais alguns estão presentes na imagem ao invés de outros.

Marinês Ribeiro dos Santos (2010) sintetizou a metodologia proposta por Martine Joly definindo as seguintes orientações para a análise de uma mensagem visual:

(1) Levantar os tipos de significantes plásticos, icônicos e linguísticos presentes na imagem. (2) Fazer com que a eles correspondam os significados que lembram por convenção ou hábito. (3) Observar o cruzamento destes diferentes tipos de signos e os significados que emergem desse cruzamento. (4) Formular uma versão plausível da mensagem implícita vinculada à imagem, relacionando os diversos significados. (SANTOS, M. R. 2015: 68)

De acordo com a metodologia proposta pelas autoras, o trabalho de leitura e exame dos ambientes e suas concepções (incluindo arranjos e ambiências, e possíveis significados) que segue, trabalha com a análise dos significados resultantes do cruzamento dos signos propostos por Joly e organizados por Marinês Ribeiro; combinados aos conceitos de ambiência e arranjo propostos por Jean Baudrillard, em conjunto com a documentação histórica recuperada, entrevistas, informações, bibliografias e modelos físicos visando a interpretação da imagem selecionada como ambientação moderna.

5.2. O Sistema do interior moderno: os conceitos de arranjo e ambiência segundo Jean Baudrillard.

Jean Baudrillard analisa o sistema do interior moderno baseado na oposição entre os conceitos de arranjo e de ambiência. Estas estruturas que compõem um mesmo sistema funcional exercem os valores de jogo e de cálculo das funções para o arranjo e das cores, materiais e formas do espaço para a ambiência.

Baudrillard inicia a análise a respeito do conceito de arranjo por meio de um comparativo entre o interior burguês típico e o interior moderno, seguindo o pensamento de que a organização do mobiliário no espaço reflete as estruturas familiares e sociais de um determinado contexto histórico e cultural.

O interior burguês típico, segundo o autor, se caracteriza pela relação patriarcal, tradição, autoridade e uni funcionalidade, onde o mobiliário e sua disposição no ambiente correspondem a uma ordem moral hierarquizada. Na casa burguesa, cada móvel e cada cômodo correspondem a uma função específica que revela simbolicamente as posições familiares e compõem a integração das relações pessoais no grupo familiar. Desta forma, o arranjo é pouco objetivo, pois reflete a preocupação em se transmitir os valores morais da classe burguesa. “A dimensão real em que vivem é prisioneira da dimensão moral que têm que significar” (BAUDRILLARD, 2015).

Por outro lado, o interior moderno é reflexo da mudança entre as relações familiares e sociais que correspondem às alterações do estilo dos objetos e mobiliários. Ao contrário dos espaços tradicionais que carregavam valores morais, o interior moderno traz a funcionalidade. Neste, o anterior mobiliário tradicional é substituído por novos móveis capazes de serem desdobrados, reconfigurados e reorganizados, apresentando a mobilidade, flexibilidade e comutatividade em relação ao espaço em que se inserem.

Toda essa capacidade de variações se deve à necessidade de uma adaptação forçada à ausência de espaço dos lares modernos. A máxima funcionalidade proposta pelo mobiliário e pela configuração do espaço interno soluciona a questão do confinamento do domicílio o que resulta em sua desestruturação espacial se desvinculando assim da antiga ordem simbólica espacial. No interior moderno, o indivíduo apresenta uma maior liberdade em suas organizações sociais o que reflete no espaço e vice versa. O vínculo entre indivíduos e objetos não apresenta uma coerção moral como antes, a relação é liberal o qual o indivíduo não está mais atrelado a uma estrutura familiar.

Desta forma, segundo Baudrillard (2015), o arranjo é o cálculo das funções de um ambiente por meio da organização de objetos e móveis de forma a se obter um conjunto funcional. Os objetos e móveis, considerando-os separadamente, apresentam apenas as suas próprias funções e ao serem inseridos no espaço adquirem outros usos assim, as relações entre estes elementos determinam sua

função no espaço, transmitindo os valores de uma sociedade. Na casa moderna, o que determina a função de cada espaço é a configuração dos móveis e objetos onde os arranjos refletem a família moderna.

Os conceitos de arranjo e ambiência estruturam um mesmo sistema funcional, a ambiência deriva do arranjo e ambos se complementam, “O arranjo como tratamento do espaço torna-se de resto também ele elemento da ambiência” (BAUDRILLARD, 2015).

O conceito de ambiência abrange o jogo de associação entre os materiais, texturas, formas e cores que afetam diretamente os elementos em um conjunto funcional estabelecendo a coerência em relação à organização dos elementos que compõem o espaço que, em conjunto com o arranjo, constroem as estruturas do interior moderno.

Baudrillard (2015) explica que no interior burguês, os elementos que compõem a ambiência como cores, formas, materiais e o gestual, ao serem analisados em relação aos objetos, carregam significados correspondentes aos padrões morais tradicionais. A libertação do objeto funcional em conjunto com o livre emprego da cor, o aparecimento de materiais sintéticos e de técnicas que representam quaisquer materiais naturais artificialmente, modificaram o sentido destes e os desvincularam de sua função simbólica tradicional. Desta forma, por sua artificialidade, estes são homogêneos como signos culturais, foram desprendidos de sua constituição moral, possibilitando um maior grau de abstração e conseqüentemente de jogo de associação ilimitado de matérias (BAUDRILLARD, 2015). Portanto, a ambiência em um sistema funcional corresponde a um sistema de signos e não mais a um sistema de símbolos como no interior tradicional.

Os conceitos de arranjo e ambiência segundo Jean Baudrillard irão contribuir para a análise de imagem em questão, auxiliando na interpretação de seus significados.

5.3 Análise de ambientação doméstica proposta pela Hobjeto

À medida em que a arquitetura baixou o pé direito e alargou as janelas, alargou-se os espaços, ao mesmo tempo o crescimento vertical das cidades criou uma série de problemas de espaço, que o desenhista industrial teve que compreender e resolver. Por exemplo, à medida que eu ponho uma estante, que é ocupar um espaço vertical, numa sala ou estou resolvendo um problema de espaço. Então, numa sala de estar que é de jantar ao mesmo tempo, se você puser móveis coloniais, tem que ser ou uma coisa ou outra, você não pode ter as duas coisas ao mesmo tempo, pelo tamanho delas e pela falta de espaço interno, onde guardar as coisas. Agora, se você resolver com móveis contemporâneos, desenhados, então essas situações são melhor atendidas. Então, você pode ter uma sala de jantar e de estar ao mesmo tempo, num espaço onde você teria ou uma coisa ou outra. Então você resolve um problema de pequeno espaço, que é o de uma cidade que está crescendo, em vez de horizontalmente, verticalmente. E onde a parede o apartamento, aparece a necessidade de móvel desenhado para esse espaço. São problemas que podem agir e influenciar o desenho do móvel.¹⁹³

A declaração de Geraldo de Barros aponta os fatores condicionantes do arranjo e da ambiência do interior doméstico moderno nos quais, o processo de verticalização das cidades, a predominância dos apartamentos e a redução das dimensões dos cômodos geraram desafios quanto a disposição interna do espaço. Desta forma, coube ao desenhista industrial resolver estas questões utilizando de propostas de reorganização de ambientes e do desenho do móvel adequado à este novo contexto. Portanto, é possível afirmar que, neste período, as mudanças ocorridas na arquitetura influenciaram diretamente no desenho e disposição do móvel moderno, resultando em outras propostas e sistemas de arranjo do mobiliário como solução para a organização doméstica que serão analisadas a seguir.

O estudo dos modos de organização dos espaços doméstico propostos pela Hobjeto será guiado com base na análise de um cômodo representado em um material de divulgação da empresa (Figura 53).

¹⁹³ MENEZES, Aureliano. *Entrevista com Geraldo de Barros, sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

Figura 53 Publicação da Hobjeto selecionada para análise. Fonte: adaptado pela pesquisadora de imagem cedida por Fabiana de Barros, sem data.

1. Os mínimos detalhes não são esquecidos, para que haja uma coordenação exata entre o planejamento e os móveis a serem comprados, evitando assim compras desnecessárias.
2. Os estudos de circulação dão uma ideia da utilização do ambiente quando montado.
3. Esta aqui é uma vitrola em miniatura. Não deve ser confundida com uma de verdade. Afinal, este ambiente é apenas uma amostra de como ficará sua sala.
4. Na verdade a mesa que V. está vendo nesta fotografia é bem menor que a palma de sua mão.
5. Este é o diagrama que reproduz, em escala 1:10, o ambiente que V. Pretende decorar. Aqui uma sala de 3X4 metros onde V. Tem a ideia exata de como ficará o ambiente real.

A disposição das maquetes sobre o papel milimetrado, representados no material, permite a afirmação de que a publicação foi proposta a fim de reproduzir o contexto de comercialização do mobiliário nas lojas, o qual orientava o público justificando e auxiliando no posicionamento dos modelos.

Além da representação do espaço em miniatura, a publicação apresenta textos explicativos dirigidos ao leitor em primeira pessoa. Esta narrativa revela, por meio da representação fiel do espaço, o intuito da empresa em difundir aos compradores, que o planejamento dos ambientes evitava a compra desnecessária de peças de mobiliário, incentivando a aquisição do mínimo suficiente para a vivência no espaço da sala e cumprindo as funções e atividades diárias básicas como: o comer, o guardar, o sentar, o estar, e o conversar.

Considerando que a Hobjeto acatou os conceitos de arranjo e ambiência não somente por meio de suas ambientações em escala real, mas também, através da utilização de maquetes como estratégia de venda (MARTINS, 2017) a leitura da

imagem irá possibilitar o entendimento do que possivelmente era considerado importante pela Hobjeto ao planejar suas ambientações.

Na observação da figura, nesta, o ângulo do ponto de vista do observador é paralelo ao posicionamento das miniaturas no papel, o que resulta na apresentação do ambiente em planta. Possivelmente, esta forma de representação indica a preocupação da Hobjeto em transmitir ao espectador o seu domínio técnico em relação à organização espacial. O recinto visto neste ângulo sugere que há um pensamento técnico característico das áreas da arquitetura e do design modernos envolvido no procedimento, ou seja, que o arranjo do mobiliário era feito por especialistas no assunto¹⁹⁴. Esta observação aponta que possivelmente era intencional por parte da empresa transmitir a seus clientes, a credibilidade em relação as suas propostas de arranjo.

O espaço democrático

A referência ao momento da venda, evidenciada na imagem, pode sugerir que seja qual for a classe social do espectador da mensagem, este pode vivenciá-la e ter a possibilidade de adquirir os móveis da Hobjeto. A presença do papel milimetrado permite aos leitores imaginar os móveis inseridos em cômodos de suas próprias moradias o que ressalta o caráter universal da mensagem, ou seja, esta busca atingir a todos, correspondendo às intenções de Geraldo de Barros em alcançar maior abrangência populacional.

Esta estratégia também pode ser identificada em outras propagandas com ambientações da Hobjeto (Figura 54 e Figura 55). Nestas, os conjuntos de mobiliário estão organizados sobre um fundo branco que, por não definir a que tipo de moradia os conjuntos se inserem e por não delimitar as dimensões do recinto em questão, possibilitam a inserção dos ambientes no imaginário dos espectadores que podem substituí-los ou idealizá-los mentalmente pelos cômodos de suas casas.

Nestas propostas, a composição do fundo infinito em conjunto com a organização dos móveis no espaço se assemelha ao posicionamento das miniaturas

¹⁹⁴ De fato, as propostas de arranjo eram feitas por profissionais visto que a formação em decoração era pré-requisito para a contratação das vendedoras.

Figura 54 Anúncio Hobjeto. Fonte: acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.

Figura 55 Anúncio Hobjeto. Fonte: acervo pessoal de Fabiana de Barros. Sem data.

sobre o papel, o que possivelmente é uma alusão à venda com maquetes, instigando a curiosidade do leitor em relação ao serviço oferecido pela empresa e à condição do espaço representado, se este seria em escala real ou reduzida.

A ausência de pessoas nas imagens também pode estar relacionada à intenção de abranger amplas camadas sociais. O fato de as fotografias não identificarem a que tipo de público a ambientação é destinada sugere que qualquer espectador poderá fantasiar e se colocar inserido nestes espaços, o que transmite a ideia de que o recinto é capaz de representar a casa de todos independentemente do poder de compra.

Os textos descritos na imagem referem-se ao espectador como “V.” Estes apresentam um caráter explicativo, orientando o leitor quanto à organização do espaço interno funcional por meio de uma narrativa informal em formato de diálogo. Logo, a presença destes elementos como forma de abordagem pode ser considerada um modo de aproximação entre o espectador e a ambientação a partir do tratamento em primeira pessoa e da ideia de pertencimento em relação ao espaço. Portanto, a narrativa informal; a indefinição quanto à natureza da moradia em que os móveis estão inseridos, representada pelo fundo infinito; e as características do público alvo o qual se destina, evidenciam o caráter democrático dos ambientes propostos pela Hobjeto.

A inserção de objetos decorativos (Figura 56) também pode ser considerada uma tática para a identificação com o público, pois, com a humanização dos espaços, os visitantes os interpretariam como uma casa real (MARTINS, 2017). Adornos aparentemente destoantes do contexto moderno como objetos feitos artesanalmente, são recorrentes em ambientações do estilo moderno. Estes, eram utilizados como forma de personificar o espaço doméstico para que fossem acatados pelo gosto do público, visto que, o estilo moderno ainda pouco difundido, era conhecido por seu caráter impessoal, o que afastava o consumidor.

Segundo Baudrillard, os elementos tradicionais e artesanais como almofadas de crochê, vitrola, xícara de café, fruteira entre outros presentes no ambiente analisado, abrigam um significado afetivo e podem ser afastados por uma geração moderna ou reimplantados de forma saudosa (BAUDRILLARD, 2015). Para o autor, todo o conjunto de objetos que se insere no sistema funcional participa do jogo da ambiência, ou seja, estes objetos são inseridos de forma planejada, de acordo com

Figura 56 Identificação do mobiliário e objetos decorativos. Fonte: adaptado pela pesquisadora de imagem cedida por Fabiana de Barros, sem data.

Legenda: 1. Vaso de plantas naturais / 2. Mesinha lateral / 3. Xícara de café / 4. Cinzeiro / 5. Sofá de dois lugares / 6. Carrinho de chá / 7. Bule e xícara de café / 8. Sofá de dois lugares / 9. Banco / 10. Capas de discos / 11. Vitrola portátil / 12. Mesinha de centro / 13. Xícara de café / 14. Enfeite / 15. Almofada / 16. Poltrona / 17. Mesa de jantar / 18. Fruteira / 19. Cadeiras / 20. Estante

o contexto de cada interior. Portanto, apesar de enfraquecer sua integração, a inserção destes elementos não é uma contradição do sistema funcional, a coerência não é mais uma unidade de gosto e sim a de um sistema cultural de signos. A ambiência em seu conjunto permite a introdução de qualquer elemento, independente de sua origem e intenção em relação à lógica do sistema funcional (BAUDRILLARD, 2015).

Só um julgamento tradicional e no fundo ingênuo pode achar incoerente o encontro, sobre um aparador revestido de teca, de um cubo futurista de metal não polido e a madeira gasta de uma estátua do século VI.¹⁹⁵

Na ambientação analisada, uma almofada de crochê de diferentes tonalidades foi posicionada sobre a poltrona do recinto de maneira desorganizada,

¹⁹⁵ BAUDRILLARD, 2015, 47

transmitindo a impressão ao público de que foi deixada pelo suposto morador que deveria estar sentado há poucos minutos. A presença deste elemento sugere a acomodação além dos conceitos de espaço despojado e descontraído, fazendo com que o possível comprador se sinta à vontade no recinto.

Percebe-se, centralizada sobre a mesa de jantar, a presença de uma fruteira. A escolha desse elemento pela Hobjeto provavelmente deriva dos costumes e tradições culturais, visto que a grande maioria das famílias brasileiras têm o costume de consumir frutas em seu cotidiano. A fruteira é um elemento recorrente em ambientações do período, principalmente nas planejadas pela Mobilinea cujas frutas complementavam a composição dos ambientes por suas cores vivas além de serem utilizadas como atrativo ao público (HUGERTH, 2015).

Portanto, os objetos decorativos podem ser considerados como elementos de aproximação e identificação do público ao gosto moderno, fundamentais para a concepção de uma ambiência convidativa ao consumo.

Racional

Prosseguindo com a análise da imagem observa-se que o mobiliário é organizado no espaço delimitado pela planta baixa de forma que dois diferentes conjuntos, o de sala de estar e o de sala de jantar, compartilham do mesmo cômodo (Figura 57). Este tipo de disposição era comum no período visto que, com a redução dos interiores domésticos, surgiu a necessidade do desenvolvimento de mais de uma atividade em um mesmo espaço, exigindo um maior planejamento para a agregação de funções, conforme explica Mina W. Hugerth (2015):

A integração de ambientes anteriormente estanques e fragmentados e a redução e modernização das áreas de circulação e serviço eram algumas das estratégias para tornar as casas mais eficientes, confortáveis e descontraídas.¹⁹⁶

¹⁹⁶ HUGERTH, Mina Warchavchik. *A apresentação do design moderno na Mobília Contemporânea*. In Michel Arnoult, design e utopia: móveis em série para todos. Organizado por Ethel Leon. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016, 216p.

Figura 57 Organização de sala de jantar e sala de estar. Fonte: adaptado pela pesquisadora de imagem cedida por Fabiana de Barros, Sem data.

Marinês Ribeiro dos Santos (2010) associa a proposta dos apartamentos do tipo “conjugados” como destinados à jovens casais ou à estudantes, cuja moradia de medidas reduzidas se configura como uma condição temporária. Segundo a autora, estes espaços refletem elementos da cultura jovem. Desta forma, o público dos apartamentos coincide com a faixa etária dos consumidores dos móveis da Hobjeto que usa destas estratégias para aproximá-lo.

A seguir, estes conjuntos serão analisados isoladamente para a melhor compreensão de suas funções no espaço. Iniciando a leitura da imagem no sentido da esquerda para a direita, percebemos a configuração do conjunto de sala de estar (Figura 58). Este, orientado pelo posicionamento das paredes e pelas aberturas de portas e janelas, estabelece um espaço de convivência por meio de um sistema de organização de conjuntos, onde cada qual corresponde a uma função no espaço. Ao observar o arranjo, é evidente a disposição do mobiliário de maneira perimetral, configurando uma sequência que permeia os limites da parede anterior.

Figura 58 Agrupamento de sala de estar. Fonte: adaptado pela pesquisadora de imagem cedida por Fabiana de Barros, sem data.

O posicionamento dos assentos, sugere um ambiente intimista, que possibilita a conversa entre pessoas de maneira convidativa, confortável, aconchegante e acolhedora. A disposição do sistema em “L”, acompanhando as paredes livres disponíveis, indica a possível falta de espaço do cômodo para a proposta de uma diferente configuração, evidenciando que esta foi estudada afim de se aproveitar integralmente e de maneira funcional o espaço disponível.

A análise da imagem indica que a Hobjeto, motivada pela ausência de espaço das moradias do período em conjunto com os princípios da ambientação moderna, propôs um arranjo que configura o mobiliário em áreas funcionais, assim como ocorre em inúmeras ambientações propostas pela empresa.

Desta forma, a Hobjeto propõe conjuntos de mobiliário como forma de resolver as exigências dos usos e grande parte dos problemas relacionados ao pouco espaço onde cada segmento corresponde a uma diferente função no cômodo único, sem desperdícios (MARTINS, 2017). Esta estratégia de organização possibilita uma livre área de circulação, com a inserção de uma maior quantidade de móveis garantindo os usos para o ambiente.

Portanto, é possível afirmar que as inovações do arranjo em relação ao posicionamento do mobiliário, e a versatilidade espacial e funcional dos interiores

modernos não são aleatórias, e sim o resultado da necessidade de favorecer usos cotidianos essenciais adaptados à falta de espaço. O confinamento das moradias condiciona a proposta do espaço funcional, sem o qual, a casa perde sua organização interior (BAUDRILLARD 2015).

Os móveis da sala de estar são peças modulares de produção seriada e, portanto, de estruturas independentes uma das outras. Estes, organizados de forma sequencial constituem um conjunto funcional que possibilita o acréscimo ou subtração de componentes, tornando-o extensível.

Quando pensamos na inserção destes módulos separadamente em um ambiente distinto e com outro contexto de objetos, estes poderiam adquirir outras funções no espaço. Um exemplo disso seria a mesinha lateral da sala de estar que, ao ser posicionada em um quarto, ao lado de uma cama, adquiriria o uso de criado-mudo. No caso da mesinha de centro (Figura 59) disposta na sala de estar, apesar de não pertencer à organização do conjunto de assentos, tem como finalidade delimitar e caracterizar o espaço de convívio, de estar, determinando as áreas destinadas à circulação e condicionando o fluxo e a continuidade de passagem nas direções dos acessos aos outros recintos da casa, sem interferir nas atividades propostas para o cômodo.

Sendo assim, o arranjo potencializa a funcionalidade das atividades na sala, da mobília e dos objetos decorativos, pois reúne estes objetos em um mesmo espaço. Isoladamente, suas funções são simplificadas, o que contribui para que ocorra a homogeneidade do conjunto funcional, ou seja, todos os elementos reunidos têm a mesma importância para o funcionamento do espaço (MARTINS, 2017). A mobília, ao ser disposta em conjunto com os demais módulos, compõe a lógica funcional do espaço moderno permitindo a flexibilização dos usos para a qual foi destinada (MARTINS, 2017). Esta versatilidade possibilita a sua inserção em qualquer moradia com paredes lineares, conformando cantos, ou seja, com este arranjo Geraldo de Barros pretendia inserir os seus móveis em qualquer tamanho de domicílio de forma a atingir à todos os públicos.

Os sofás e mesinhas inseridos neste cômodo, por pertencerem à mesma linha de móveis, apresentam o mesmo material, cores e dimensões, transmitindo a

Figura 59 Maquete de mesinha de centro utilizada para a venda nas lojas Hobjeto fotografadas pela autora. Acervo do Museu da Casa Brasileira.

sensação de um objeto único e integrado que compõe o espaço em conjunto com os adornos que gravitam em torno deste (MARTINS, 2017).

As peças de mobiliário de madeira escura seguem medidas padrão de altura que configuram o espaço acompanhando a modulação e a linearidade da composição. A madeira é um material vivo que transmite a sensação de aconchego, calor e durabilidade. Porém, neste caso, a madeira em seu estado natural, apresenta-se recoberta, representada pelo revestimento que reproduz o desenho de seus veios em folhas que encapam chapas de aglomerado. Resultado da reprodução industrial de processos naturais, esta técnica possibilita a associação entre móvel maciço e o industrializado modificando o sentido do material (BAUDRILLARD, 2015), os materiais são coerentes às formas de produção.

Possivelmente, a Hobjeto optou pela utilização da representação da madeira nos móveis por fatores particulares da cultura brasileira, onde a madeira sempre foi associada à durabilidade, e à tradição dos móveis coloniais. O emprego desta pode ter sido uma estratégia de aceitação do público ao estilo moderno pois este, já estava familiarizado com o material em seu estado natural.

Nas ambientações das primeiras linhas de móveis da Hobjeto, nas quais a imagem analisada se encaixa, as cores vibrantes estão relacionadas somente aos objetos de decoração e não diretamente ao mobiliário. Presume-se que Geraldo de Barros, por meio de materiais como a madeira, e formas de representação do espaço pretendia aproximar o público do espaço moderno de maneira gradativa. Em

imagens de períodos posteriores aos da fotografia analisada é percebida a ausência da representação da madeira nos móveis, que é substituída pela cor sólida e uniforme proporcionada pela laca. Portanto, provavelmente Geraldo de Barros propunha ambientações conforme se desenvolvia a aceitação do público ao gosto moderno (MARTINS, 2017).

Logo, a análise do arranjo da sala de estar possibilita a identificação do seguinte sistema organizacional: sofás posicionados no perímetro do cômodo formando uma configuração em “L”; mesas de apoio e carrinho de chá dispostos nas extremidades do recinto de forma a ocupar o espaço inutilizado; mesa central como elemento delimitador do espaço, e organizador da função, e objetos de decoração como elementos de personificação do ambiente. Este conjunto é recorrente em diversos ambientes de sala de estar da Hobjeto conforme exemplificado na Figura 60. O outro ângulo do ambiente que pode ser analisado e interpretado se coloca como sala de jantar, com a presença e posicionamento da mesa circular, quatro cadeiras e estante ao fundo (Figura 61).

A estante modular acompanha o perímetro do cômodo, similar ao arranjo configurado no primeiro conjunto investigado. Esta está encostada em uma das paredes livres como estratégia de aproveitamento do espaço e dá apoio às atividades desenvolvidas na mesa, visto que se fosse posicionada de outra maneira poderia constituir uma barreira visual e um entrave à circulação.

A fim de orientar o público a como organizar o espaço racional dos apartamentos, no artigo *Ponha os móveis no lugar certo*¹⁹⁷ do jornal *O Estado de São Paulo* de 1969 (Figura 62), a empresa elege o espaço de uma sala com o uso de estar e jantar como exemplo para a demonstração de possíveis arranjos para o cômodo.

¹⁹⁷ “Ponha os móveis no lugar certo”. *O Estado de São Paulo*. p. 187. Suplemento Feminino. 24 ago. 1969.

Figura 60 Exemplo de sistema organizacional para sala de estar em ambientação proposta pela Hobjeto. Fonte: Acervo pessoal de Fabiana de Barros, Sem data.

Figura 61 Agrupamento de sala de jantar. Fonte: adaptado pela pesquisadora de imagem cedida por Fabiana de Barros, sem data.

Ponha os móveis no lugar certo

Dê uma olhada no ambiente, que mudou muito com uma escolha correta de móveis e lugares. Agora parece maior e mais simpático. A circulação é livre para qualquer ambiente. Há um percurso mínimo entre a cozinha (B) e a mesa de jantar. A mesa redonda, mais apropriada para um ambiente pequeno, finito, servirá também para um jogo de cartas. A localização do buffet permite um quadro ou tapeçaria na parede, bons elementos de atração quando se entra na sala. Grupo do living bem distribuído, com bom ângulo visual para a televisão colocada na estante. Com a utilização das poltronas e não do sofá junto à cortina conseguiu-se um acesso parcial à janela. Tudo ok.

A casa está nua de móveis, o bolso quase nu de dinheiro, onde encontrar orientação para começar a decorá-la? O dinheiro não é muito, filando a verdade não dá para vestir nada do que dois ambientes, três talvez, se for a prestações. Um decorador custa caro, vale a pena pagar mais quando se pode arrumar a casa toda de uma vez. Só que fazer casa é diferente, cada cômodo em branco vai conseguir suas cores quando o dinheiro vier. Um por um, que é melhor ir aos poucos e bem do que comprar tudo de uma só vez e de baixa qualidade. Assim, o problema do dinheiro deixa de existir.

E o problema da decoração orientada pode ser resolvido também. Existe, aqui em São Paulo, uma consultoria de decoração que funciona da seguinte forma: quem precisa de orientação, seja para a casa toda, seja para um único cômodo, com os móveis ainda por comprar ou já comprados, marca hora com a decoradora Ana Maria Sampaio e leva a planta da casa ou do cômodo a ser decorado. O mesmo acontece com pequenas reformas. Por mais hora de explicações, se paga NC\$ 20. Se o pedido for de informações sobre marcenarias, pedreiros, materiais de decoração, pessoal especializado, etc., elas serão dadas gratuitamente. Onde funciona a consultoria? Em três endereços diferentes das Lojas Hobbeto: rua Iguaçu 960, rua Afonso Brás 491, rua Heitor Penteado 1290, e o telefone para marcar a hora de consulta é 88-9654.

O que é que a consultoria pode fornecer? As normas básicas para a decoração da casa, cômodo por cômodo, um orçamento planejado, o uso correto da aplicação das cores, as suas combinações, a colocação racional dos móveis, armários, tapetes, iluminação.

A planta, esse esquecido

A planta de cada ambiente na casa toda é indispensável quando se planeja a decoração total ou parcial e mesmo para o simples trabalho de racionalizar a distribuição dos móveis já adquiridos.

Com ela nas mãos, não há perigo de se comprar um sofá que mais tarde não se acomodará no lugar que lhe havia sido destinado, não há perigo de ficar fazendo força para ver se o móvel fica melhor aqui do que ali. A planta ajuda a descobrir o canto que está vazio demais, a se ter uma idéia exata do tamanho certo de cada peça da mobília escolhida. Muitas irregularidades podem acabar com o acréscimo de um lambri, de um armário, de um novo foco de luz.

Só que não é fácil lidar com ela. É preciso conhecer escalas, ter uma certa habilidade para o desenho. Quem não tem jeito, desista. Daí a utilidade da consultoria. Levando a planta, a decoradora coloca os móveis em escala. Quem consulta vê o projeto de decoração no desenho e depois, para ter uma idéia correta de como ficará, vê móveis em miniatura dentro da planta que Ana Maria faz na hora na mesma proporção. E esses modelinhos vão sendo deslocados à vontade até a decoradora e cliente encontrarem a disposição exata do ponto de vista de ambos.

Os erros básicos

O decorador por conta própria, isso é o dono da casa, geralmente comete erros quando dispõe os móveis no ambiente. Daí a importância dessa consultoria que cobra muito pouco. Se o cliente já tem os móveis e quer apenas resolver da melhor forma o lugar certo para cada um, a meia hora de Ana Maria dá para solucionar os problemas da casa inteira.

Exemplo desses erros é encontrado aqui. Nas três fotos numeradas eles aparecem, na foto grande acima a disposição é correta. Veja as explicações nas legendas. O ambiente é uma sala-living de 6m10 por 3m63. Nela, três portas se abrem. A para a entrada, B para a cozinha e C para o corredor dos quartos. Na sala, dois agrupamentos de móveis: um para o living e o outro para a sala de jantar. Nêles, o número máximo de móveis que as medidas do ambiente comportam. Em linhas gerais, na sala poderiam ser usados dois esquemas de cores, um para móveis de madeira encerade e outro para laqueados. Para a madeira encerade, a sugestão é tapete retangular de artesanato ou em lã de carneiro bege claro para sala de estar; tapete circular em nylon de pelo alto, bordô, sob a mesa da sala de jantar. O estofamento será ouro velho para o sofá, marrom para as poltronas e em tecido ramy verde-escuro para as cadeiras. E para a cortina, tecido rústico liso ou trabalhado bege natural, ramy ou fibra de vidro. Para madeira laqueada, o esquema é este: carpete de nylon de pelo rasteiro repelente à água e poeira, caramelo queimado ou castor, estofados azuis ou verdes de nylon no living; tecido estampado ou listado de preto, verde e turquesa nas cadeiras da sala.

1

São cinco erros de decoração que acontecem constantemente. Erro um: vitrola centralizada escondida por uma cortina que não cobre toda a largura da parede, o que torna a sala visualmente menor além de ser anti-estética. Erro dois: a localização da mesa de jantar num ponto muito distante da cozinha, obrigando quem serve a mesa a andar demais. Erro três: conjunto do living fechando a circulação mais importante que é a da porta de entrada (A). Erro quatro: poltrona solta atrapalhando a circulação e obrigando a fazer uma curva a quem for até os quartos. Erro cinco: estante sem utilidade para a tevê por estar fora do ângulo de visão.

2

Mais quatro erros evidentes, tome nota deles para não cair em nenhum. Erro um: bloco de jantar com mesa retangular, de forma e tamanho pouco ajustados ao ambiente. Erro número dois: ambiente de estar colocado de costas para a entrada (A) principal. Erro número três: o estrangulamento da passagem entre o sofá e a estante, que deixará muita gente de joelho violeta, de tanto dar batidas. Erro número quatro: ângulo visual de tevê correto apenas para as pessoas sentadas nas poltronas. Entretanto, no meio de tantos erros, uma coisa certa: a circulação da entrada para os quartos (de A para C), que está livre de móveis.

3

A parte usada como living melhorou neste projeto, a circulação para ele está correta mas outros erros continuam. Erro um: mesa grande demais para o ambiente, imprópria para o tamanho da sala. Erro dois: mesa mal colocada pois a cadeira que fica na ponta da entrada (A) impede uma circulação livre no ambiente. Erro três: sofá de costas para a janela, o que deve ser sempre evitado pois impede o acesso à janela. Erro quatro: mesinha de centro pequena demais em relação ao volume dos móveis. Na foto grande, todos os erros acabam graças à orientação de uma técnica. É situação o tamanho e a disposição correta dos móveis.

Figura 62 "Ponha os móveis no lugar certo". O Estado de São Paulo. p. 187. Suplemento Feminino. 24 ago. 1969.

Nesta publicação, as maquetes dos móveis dispostas sobre a planta da sala, apresentam exemplos de arranjos a serem seguidos e evitados pelo leitor. Dentre as diretrizes recomendadas para um espaço doméstico adequado todas podem ser aplicadas à imagem eleita para a análise.

De acordo com a publicação, o espaço deve estabelecer, por meio da organização de seu mobiliário, um amplo ângulo visual, a circulação livre e o percurso mínimo entre qualquer ambiente da casa, evitando o estrangulamento de passagens por obstáculos a fim de se alcançar a máxima amplitude. Estas recomendações podem ser identificadas na Figura 63.

A organização periférica do mobiliário representada na imagem proporciona um maior espaço de circulação interna além de delimitar os fluxos de pessoas, facilitando o acesso aos demais recintos do domicílio a fim de evitar conturbações no pequeno espaço.

Outro aspecto indicado pela publicação da Hobjeto é a proximidade dos conjuntos de móveis em relação aos cômodos correspondentes ao apoio de suas funções. Na planta analisada, a mesa circular com quatro cadeiras está posicionada possivelmente próxima ao acesso à cozinha com a finalidade de simplificar as atividades que envolvem o servir durante as refeições por meio da redução dos percursos, favorecendo a dinâmica do espaço da sala de jantar.

A disposição da mesa, centralizada em relação ao espaço destinado à atividade, sugere tanto a reunião de pessoas para o momento da refeição como para o lazer, possível também pela versatilidade e flexibilidade no movimento das cadeiras ao redor da mesa, em relação às necessidades de uso e ao ambiente.

A mesa, de formato redondo, possibilita a melhor organização e circulação no cômodo por suas dimensões reduzidas, facilitando o percurso ao redor desta e os fluxos no ambiente sem impedimentos. A forma circular projetada pela Hobjeto possivelmente revela a intenção em se estabelecer a ausência de relações de hierarquia quanto à família que reside neste domicílio. Esta reúne seus integrantes de maneira igualitária o qual cada um ocupa um assento de mesma importância, contrário ao que ocorre na sociedade patriarcal.

O arranjo do mobiliário no espaço refere-se a estruturas familiares e sociais da época onde cada cômodo serve a diversas funções da célula familiar, sem deixar de favorecer as atividades setorializadas característica dos espaços modernos. Neste

Figura 63 Espaços livres e ocupados. Fonte: adaptado pela pesquisadora de imagem cedida por Fabiana de Barros, sem data.

contexto, os móveis se organizam de acordo com as condutas da família possibilitando a integração das relações sociais no grupo familiar.

Portanto, por meio da análise da imagem é possível estabelecer a seguinte organização em relação à sala de jantar proposta pela Hobjeto: mesa de jantar centralizada em relação à porção do ambiente destinado para esta função; cadeiras que podem adquirir outros usos conforme suas posições no espaço; estante faceada com a parede e próxima à mesa de jantar. O conjunto de elementos identificado para a sala de jantar é um arranjo recorrente em outros ambientes da Hobjeto conforme exemplifica a Figura 64.

Outro aspecto pertinente identificado na imagem selecionada, é a presença de uma poltrona e um banco entre os conjuntos de sala de estar e sala de jantar. A poltrona apresenta um estofamento aparentemente macio e é notada uma grande almofada “jogada” sobre a peça, elementos que sugerem uma acomodação confortável e de certa forma, convidam o público a usufruir da peça.

Figura 64 Exemplo de sistema organizacional para sala de jantar. Fonte: Imagem cedida por Fabiana de Barros, sem data.

Figura 65 Maquete de banco ripado utilizada para a venda nas lojas Hobjeto fotografadas pela autora. Acervo do Museu da Casa Brasileira.

Figura 66 Zona de transição. Fonte: adaptado pela pesquisadora de imagem cedida por Fabiana de Barros, sem data.

A posição transversal do banco ripado (Figura 65) em relação à parede, além de orientar a circulação de pessoas, delimita espaço da sala de estar. Objetos como a vitrola portátil e as capas de discos sobre o assento indicam o possível uso descontraído da peça, atribuindo sua função no espaço para o uso nos dois ambientes do cômodo.

Desta forma, é possível afirmar que o posicionamento destes elementos em relação ao recinto revela a intenção em se criar uma zona de transição (Figura 66) entre os conjuntos de mobiliário. A proposta de móveis de uso variável induz a integração entre os ambientes com o intuito complementar suas funções, como ocorre nas demais ambientações propostas pela Hobjeto. Portanto, o arranjo funcional proposto pela Hobjeto, é configurado pela presença de um sistema linear

Figura 67 Classificação do mobiliário de acordo com seu uso e disposição no espaço. Fonte: adaptado pela pesquisadora de imagem cedida por Fabiana de Barros, sem data.

formado pelo alinhamento do mobiliário modular e da distribuição de assentos móveis como solução ao interior doméstico (MARTINS, 2017).

Com base na análise desse ambiente doméstico, é possível identificar (Figura 67) as duas categorias de mobiliário classificadas por Hugerth (2015) de acordo com o seu uso e disposição no espaço.

Especialmente na Mobília Contemporânea, na Mobilinea e na Hobjeto, é possível distinguir dois tipos de móveis: os que efetivamente ocupam um recinto, como cadeiras, mesas e bancos, e os que organizavam ou definiam espaços, entre os quais as estantes modulares e componíveis eram as maiores representantes.¹⁹⁸

No espaço analisado, de acordo com as categorias estabelecidas por Hugerth (2015), considera-se que os assentos representam em maior parte as peças que **ocupam o ambiente**. Estes são os objetos que melhor representam a relação de

¹⁹⁸ HUGERTH, Mina Warchavchik. *A apresentação do design moderno na Mobília Contemporânea*. In Michel Arnould, design e utopia: móveis em série para todos. Organizado por Ethel Leon. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016, 216p.

Figura 68 Maquete de carrinho de chá utilizada para a venda nas lojas Hobjeto fotografadas pela autora. Acervo do Museu da Casa Brasileira.

ambiência, flexíveis quanto ao seu posicionamento, podem ser movimentados com liberdade no sistema do mobiliário moderno. Feitos para o sentar e portanto para o descanso, adquirem sentido próprio no interior moderno, desprendidos dos conjuntos do arranjo incorporam as funções a que lhes são atribuídas no espaço e se movem para qualquer lugar (BAUDRILLARD 2015). As cadeiras mesmo pertencendo ao conjunto destinado as refeições, constituem e se tornam elementos de uso variável no cômodo o que acrescenta à funcionalidade do espaço. Estas peças de mobiliário apresentam certa flexibilidade em relação aos outros móveis da sala pois, podem ser posicionado de acordo com as necessidades dos moradores.

O carrinho de chá (Figura 68) e as mesinhas laterais presentes na sala de estar, apresentam estas mesmas características flexíveis pois, os seus usos são definidos conforme o posicionamento no ambiente. No caso do o carrinho de chá, este permanece com a função estática de apoio para a sala de estar, porém, ao ser disposto ao lado da mesa de jantar, adquire mobilidade e passa a ser utilizado como elemento auxiliar à tarefa do servir.

Desta forma, o conjunto moderno, de fabricação em série se caracteriza pela versatilidade no uso sendo assim, não simbolizam mais a coerção moral impregnada ao móvel tradicional. A relação entre o mobiliário e o usuário é liberal, apresentando inúmeras possibilidades de acordo com suas necessidades, podendo ser organizados livremente no espaço. A mobilidade e multifuncionalidade do móvel

correspondem a relações sociais mais libertas e se refletem nos objetos, mobiliários e em sua organização no espaço (BAUDRILLARD, 2015).

De acordo com a classificação de Hugerth (2015), os sofás e a estante da sala de jantar se enquadram na categoria dos móveis que **organizam o espaço**. Estes, estáticos em relação ao seu posicionamento no ambiente provavelmente por suas maiores dimensões o delimitam, definindo o perímetro das principais funções a que o recinto se destina.

Assim sendo, se considera que a categorização do mobiliário em questão, pode ser aplicada às propostas de ambientações de empresas concorrentes da Hobjeto por oferecerem peças de mobiliário com uso e configuração similares inseridas em moradias de mesmas características.

Portanto, com base na análise do ambiente Hobjeto, é possível afirmar que o cuidado com o posicionamento dos móveis, a garantia dos fluxos de pessoas, a inserção de elementos decorativos e a atenção quanto às especificidades da moradia, são elementos que configuram o espaço funcional moderno. A leitura e a interpretação da imagem revela a intenção da empresa no desempenho e na formatação de ambientes guiados pelos princípios da arquitetura e do design modernos. Estes expressam igualmente, a relação intrínseca entre o design e o movimento concreto, como princípio adotado por Geraldo de Barros e praticado no mobiliário da Hobjeto.

5.4. Discussões

As informações, observações, e análises retiradas da imagem selecionada e de outras atribuídas à empresa Hobjeto; os dados obtidos nas entrevistas, e os conteúdos da bibliografia consultada possibilitaram a realização de cruzamentos e confrontos, que auxiliaram na compreensão sobre a proposta da empresa para o espaço doméstico, com ênfase no posicionamento dos móveis e nas configurações de ambientes, identificando assim conceitos e práticas que contribuíram para compor o sistema do interior moderno propagado por Geraldo de Barros.

A análise da imagem indica que a Hobjeto, motivada pelo reduzido espaço das moradias do período e adotando os princípios da ambientação moderna, propôs um arranjo que configura o mobiliário em áreas funcionais cada qual com seu centro de influência próprio de organização, tendo como limites o perímetro do cômodo. Esta maneira de organização possibilita uma livre área de circulação interna; percursos funcionais e a inserção de uma maior quantidade de móveis e consequentemente de usos para o ambiente. Os núcleos funcionais, compostos por peças modulares de mobiliário, correspondem à diferentes usos no cômodo unindo o espaço como um todo. Deste modo, foi possível a constatação de uma lógica de visão moderna na composição do mobiliário no espaço, sendo esta recorrente em outros ambientes propostos pela empresa.

A análise da ambientação a partir da imagem selecionada para este estudo possibilitou a compreensão das estratégias preconizadas, que também poder ser verificadas em algumas empresas pioneiras citadas neste trabalho levando ao entendimento de uma das principais origens da disseminação do mobiliário moderno em ambientações de moradias. A partir dos anos 1980, esta contexto e atuação se disseminou e consolidou em variadas camadas sociais.

A ambientação de objetos decorativos artesanais, que correspondem às particularidades da cultura brasileira, é possivelmente uma estratégia de humanização do espaço, empregada como concessão de individualização e de gosto ao público, ainda acostumado com os ambientes tradicionais. A Hobjeto, ao inserir elementos de personalização em seus ambientes propõe a aproximação e a familiarização ao estilo moderno.

A leitura da imagem permite a afirmação de que a empresa utilizava o arranjo espacial em conjunto com o manuseio de maquetes como estratégia de vendas, pois tinha o entendimento e reconhecia a falta de compreensão dos usuários em relação ao espaço tridimensional; favorecendo a visualização da projeção da configuração do arranjo para atendimento das suas expectativas e necessidades, e da quantidade demandada e possível de móveis no espaço da sua moradia.

A industrialização do mobiliário seriado a partir da utilização de placas de aglomerado possibilitou a modulação do móvel e desta forma, a constituição de um sistema de objetos de linguagem única, moderna e destituída de ornatos. Portanto, para o aprofundado entendimento do ambiente moderno cabe dar prosseguimento a análise de imagens incorporando outros aspectos significantes relacionados a questões formais, estéticas; arquitetônicas; bem como desdobramentos, ampliando a pesquisa para outras linhas de móveis e espaços; ou mesmo a realização de simulações gráficas inseridas em outros espaços de moradias.

Geraldo de Barros buscava empregar os ideais concretistas de disseminação, reprodutibilidade, serialização e função social do artista no desenho do móvel moderno, produção industrial de móveis, e em ambientações. De acordo com as imagens analisadas, as configurações de arranjo propostas pela Hobjeto podem ser consideradas universais, pois, sua flexibilidade e funcionalidade possibilitam sua inserção em moradias de qualquer classe social atingindo a todos. No caso da Hobjeto, Geraldo de Barros, implementa o estilo moderno de forma gradativa, de acordo com a aceitação do público porém, não chega de fato, a atingir todas as camadas sociais.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste trabalho, buscamos recuperar a trajetória da empresa Hobjeto sob diferentes perspectivas a fim de traçar sua história ainda pouco explorada no panorama brasileiro da produção de móveis no intervalo entre as décadas de 1960 e 1970. Desta forma, os acontecimentos que nortearam sua atuação no campo do mobiliário foram apresentados cronologicamente, baseados na análise e articulação de documentos, depoimentos e bibliografias que situaram o seu posicionamento em relação às empresas concorrentes.

Considerando as influências do movimento concreto na formação artística de Geraldo de Barros, podemos refletir sobre o design proposto pela Hobjeto como derivado deste pensamento visto que, partiu dos princípios de racionalização, serialização e socialização do objeto para o desenvolvimento de sua produção, comercialização e promoção.

No que se refere à concepção das linhas de móveis modulares, projetadas para atender às necessidades do reduzido espaço oferecido pelos apartamentos, a Hobjeto, buscou otimizar os processos de fabricação industrial por meio do emprego de materiais, técnicas e do desenho racional que acabaram por orientar a conformação de sua estética a fim de se obter uma peça economicamente acessível, propondo assim a racionalização do objeto adequado ao espaço também racional a que se destinavam.

As linhas de móveis, refletiam o gosto do público, representando o conceito de modernidade a partir das principais tendências internacionais como a aplicação do acabamento laqueado, que além de ser um diferencial em relação ao restante do mercado, contribuiu para a redução dos custos de fabricação das peças visto que a pintura solucionava a questão do aglomerado exigindo menos processos para sua execução.

A personalidade arrojada de Geraldo de Barros combinada com sua experiência prévia em economia e seu tino comercial configuram sua capacidade empreendedora potencializada pela parceria com Antônio Bioni que viabilizou os processos de otimização produtiva e portanto a industrialização do mobiliário para a Hobjeto.

Embora alcançada a industrialização plena do móvel moderno, este acabou por atingir em sua maior parte às classes médias, por motivos culturais e econômicos, não cumprindo de fato o ideal concretista de socialização do objeto. Apesar disso, seus sócios insistiram em produzir móveis de bom desenho, qualidade

e durabilidade oferecendo o condições de pagamento facilitadas com o intuito de atingir às grandes massas até o fim de sua atuação no mercado.

Deste modo, anúncios, publicações, ambientações em escala real e em miniatura eram utilizadas como forma de disseminação do estilo moderno ainda pouco conhecido pelo público. A utilização de modelos de móveis em escala reduzida, e a elaboração de ambientes representativos do lar moderno em escala real, podem ser consideradas como estratégias para a disseminação do estilo por meio do “educar para o moderno”. Estas iniciativas ensinavam o público sobre as formas de disposição do mobiliário no espaço de maneira lúdica e descontraída para que os conceitos fossem assimilados progressivamente pelos possíveis consumidores. Portanto, a Hobjeto, através de meios de divulgação como anúncios, ambientações e estratégias de venda, tinha o intuito de atingir o público de classe média a optar pelo estilo moderno, por meio de ações de formação; de interação entre cliente e agentes nos pontos de comercialização; bem como através de divulgação de entrevistas e depoimentos publicados nas mídias disponíveis, por meio de mensagens sempre positivas, benéficas e qualitativas em relação ao uso destes móveis nas moradias.

Os ambientes propostos pela Hobjeto compunham a atmosfera moderna complementada pelo uso de objetos de decoração como forma de personalização do espaço obedecendo a uma estrutura organizacional por meio da composição de sistemas de mobiliário correspondentes às funções de cada cômodo. Estes, recorrentes em diversas ambientações do período, se configuravam a partir da repetição de arranjos de móveis em função do espaço oferecido pela habitação, revelando a lógica do interior moderno.

Portanto, esta dissertação não pretende esgotar os temas visto que, por não haver uma quantidade expressiva de pesquisas acadêmicas relacionadas à Hobjeto e seus personagens, o desdobramento de outros aspectos e pontos de vista apresentados neste trabalho em linhas gerais, são de extrema contribuição para a construção do conhecimento sobre a iniciativa.

A sistematização e interpretação dos dados levantados orientou o percurso do mestrado a fim de proporcionar uma primeira abordagem em relação ao tema possibilitando a continuidade nos estudos principalmente no que se refere ao desenho dos móveis; padronização e uso de componentes; dimensões e modulação; detalhes formais de junções, uniões e estruturas entre outros; ao

aprofundamento dos processos fabris, relacionando o desenho das peças com o sistema de produção industrial da época; a investigação de personagens ainda não localizados; a continuação da história da empresa após o período de estudo; bem como o aprofundamento da questão Geraldo de Barros como designer, artista e empresário.

Acreditamos que a recuperação do trajeto e história da Hobjeto tem sua relevância por ressaltar a sua inserção como uma das empresas protagonistas no panorama do mobiliário moderno e portanto no cenário do design de móveis e por possibilitar a reflexão a partir de seus ideais e propostas, resgatando pensamentos e posicionamentos passíveis de serem continuados em próximos estudos.

7. CRONOLOGIA

Geraldo de Barros (1923-1984)

1923

Nasce em Chavantes, cidade do interior de São Paulo

1930 – 1940

Conclui o curso de ciências econômicas e ingressa no Banco do Brasil.

1945

Aluno de Clovis Graciano.

Sócio da Associação Paulista de Belas Artes.

Sócio do Sindicato dos Artistas Plásticos.

1946

Aluno de Collete Pujol.

Medalha de Prata no Salão Nacional de Belas Artes.

Primeira exposição no X Salão do Sindicato dos Artistas Plásticos de São Paulo.

1947

Aluno de Yoshiya Takaoka.

Menção Honrosa no Salão Nacional de Arte Moderna.

Fundador do Grupo XV.

Inicia experimentos fotográficos.

Aluno de Livio Abramo.

Frequenta o Setor de Artes da Biblioteca Municipal de São Paulo e conhece o trabalho de Paul Klee, a *Bauhaus* e o desenho industrial.

1948

Trabalhos em litografia, linóleo e metal influenciados por Paul Klee¹⁹⁹.

Medalha de Bronze no Salão Nacional de Arte Moderna.

Primeira Exposição de Pintura junto com Ataíde de Barros no Teatro Municipal de São Paulo.

Elaboração de cartaz para o anúncio da exposição.

1949

Conhece Mario Pedrosa e por intermédio dele a Teoria da Gestalt.

Medalha de Prata no Salão Nacional de Arte Moderna.

Organizador do laboratório de fotografia do Museu de Arte de São Paulo (MASP),

1950

Integrante do núcleo de fotografia artística Foto Cine Clube Bandeirantes.

Exposição individual de fotografias: Fotoformas no MASP e posteriormente no Ministério da Educação no Rio de Janeiro e em Salvador.

Prêmios internacionais em salões de fotografia por participações do Foto Cine Clube Bandeirantes.

1951

Conhece Pietro Maria Bardi e os trabalhos de Max Bill.

Menção Honrosa no Salão de Arte Moderna da Bahia

Recebe bolsa de estudos do governo francês para estudar litografia em Paris.

Viaja à Europa onde conhece a Escola de Ulm.

Curso de gravura com S.W. Hayter e na Escola de Belas Artes de Paris.

Conhece o comunicador visual Otl Aicher.

Exposição em Paris e Nantes.

Prêmio de Aquisição na 1 Bienal de São Paulo.

¹⁹⁹ MORENO, Júlio e OUTSUKA, Lenita. Geraldo de Barros o precursor. In *Revista Design & Interiores*, n. 28. Projeto Editores: São Paulo. 1992. p.49-53.

1952

Fundação do Grupo Ruptura.

Exposição de Pintura no Museu de Arte Moderna de São Paulo.

1º Prêmio de Cartaz – IV Centenário de São Paulo.

1953

Prêmio de aquisição na 2ª Bienal,

1º Prêmio de Cartaz Festival Internacional al de Cinema

1º Prêmio de cartaz Renovada internacional, Encarregado da Sala de Fotografias na 2ª Bienal.

Encarregado da Sala de Fotografia na 2ª Bienal de São Paulo.

Transfere para Alexandre Wollner a bolsa de estudos em Ulm, com Max Bill²⁰⁰.

1954

Exposição de Pintura no Museu de Arte Moderna de São Paulo.

Membro de júri no Salão Paulista de Arte Moderna.

Exposição circulante dos Museus de Arte Moderna de São Paulo e Rio de Janeiro na Suíça, *Musée Rath, Genève*.

Ingressa na cooperativa de trabalho Unilabor.

1955

Grande Medalha de Prata no Salão Paulista de Arte Moderna.

Exposição circulante do MASP em São Paulo e Rio de Janeiro em diversos países da Europa intitulada *Arts Primitifs et Modernes Brésiliens*.

1956

Prêmio de aquisição na Bienal de Veneza.

²⁰⁰ MORENO, Júlio e OUTSUKA, Lenita. Geraldo de Barros o precursor. In *Revista Design & Interiores*, n. 28. Projeto Editores: São Paulo. 1992. p.49-53.

Expositor convidado pelo Museu de Arte Moderna de São Paulo para o Salão de Maio de Paris , Tokio e diversos países da Europa e América do Sul.

Participa da I Exposição Nacional de Arte Concreta no Museu de Arte Moderna (MAM) de São Paulo,

1957

Membro do júri do Cartaz da IV Bienal de São Paulo.

Fundador do Grupo Forminform²⁰¹ de Desenho Industrial e Comunicação Visual.

Elaboração das marcas e logotipos: Equipesca, Cerâmica Campinas, Lan Over Malharia, Tecidos Paramount, Escriba, Unilabor, Hobjeto, Turitur Turismo, Construtor Tainá, Ofino Supermercados, Vest Confecções entre outras.

1960

Aposenta-se de sua função de economista no Banco do Brasil²⁰²

1962

Passa a trabalhar com Antônio Bioni na Bioni & Companhia Limitada Indústria e Comércio de Móveis.

1964

Se desliga da Unilabor

Funda a Hobjeto em conjunto com Antônio Bioni e Pascoal Onélio Morandi.

1965

Prêmio Boa Forma, atribuído à Hobjeto., na VI Feira de Utilidades domésticas.

Exposição com Nelson Leiner no *Museo de Arte Moderno* de Buenos Aires, Argentina.

²⁰¹ Em conjunto com Ruben Martins, Alexandre Wollner e Karl Heinz Bergmiller.

²⁰² MORENO, Júlio e OUTSUKA, Lenita. Geraldo de Barros o precursor. In *Revista Design & Interiores*, n. 28. Projeto Editores: São Paulo. 1992. p.49-53.

Exposição com Nelson Leiner na galeria Atrium.

1966

Prêmio Boa Forma, atribuído à Hobjeto, na VII Feira de Utilidades Domesticas.

Fundador Membro do Grupo Rex participando das exposições: *Flashback* e Descoberta da América na *Rex Galery & Sons*.

1967

Prêmio Boa Forma, atribuído à Hobjeto, na VIII Feira de Utilidades Domésticas.

Premio Itamaraty de aquisição na XI Bienal Salão Nacional de Arte Moderna em Brasília.

1969

Prêmio de Boa Forma, atribuído à Hobjeto, na X Feira de Utilidades Domésticas.

1971

Participa, com a Hobjeto, de Exposição sobre o mobiliário brasileiro no museu de Arte de São Paulo.

1976

Participa da exposição organizada pela Pinacoteca do Estado “O jovem desenho dos anos 40”.

1977

Exposição individual no museu de Arte Moderna de São Paulo “12 anos de pintura – 1964-1976”

Ciclo de exposições de pinturas brasileiras contemporânea “os grupos da década de 40” , Museu Lazar Segall

Projeto construtivo brasileiro na arte (1959-1962) Mec Funarte Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, secretaria da cultura, ciência e tecnologia do Estado de São Paulo , Pinacoteca do Estado do Rio de Janeiro /São Paulo

1978

Participa do Ciclo de exposições de pintura brasileira contemporânea “As Bienais e a Abstração – a década de 50” Museu Lazar Segall São Paulo

1979

XIV Bienal – Recebe sala especial em homenagem dos premiados nas bienais anteriores .

Participa do Ciclo de Exposições de Pintura brasileira contemporânea “Volta à Figuração – a década de 60” museu Lazar Segall São Paulo

1982

Participa da amostra “Do Modernismo à Bienal” Museu de Arte Moderna de São Paulo “o design no Brasil – História e Realidade. Exposição inaugural do centro de lazer SESC Fábrica Pompéia e Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand

1983

Participa da Exposição coletiva em homenagem a Waldemar Cordeiro no Centro Cultural São Paulo.

1984

Participa da Exposição Coletiva “Geometria 84”, Galeria Paulo Figueiredo.

8. REFERÊNCIAS

Bibliografia

ABDI. Revista *Produto e Linguagem*. São Paulo: ABDI. v. 1, n. 2, segundo trimestre. 1965. p.12.

ABDI. Revista *Produto e Linguagem*. São Paulo: ABDI. v. 2, n. 3, primeiro trimestre. 1966. p. 32

ACAYABA, Marlene Milan. *Branco e preto: uma história de design brasileiro nos anos 50*. São Paulo : Instituto Lina Bo e P. M. Bardi, 1994.

AMARAL, Aracy. (org.) *Arte construtiva no Brasil: Coleção Adolpho Leirner*. São Paulo: DBA, 1998.

BARROS, Fabiana de. *Geraldo de Barros: Isso*. São Paulo: SESC SP, 2013. 364 p. ; il.

BARROS, Geraldo de. *Da produção em massa de uma pintura: quadros a preço de custo*. São Paulo: Galeria Seta, 1967.

BARROS, Geraldo de. In: MORAIS. Frederico. Núcleo Bernardelli. *Arte Brasileira nos anos 30 e 40*. Rio de Janeiro: Edições Pinakotheka, 1982.

BARROS, Geraldo de. Texto de divulgação da empresa Hobjeto sobre prêmio recebido (Certificado de Boa Forma – Prêmio Roberto Simonsen – VI UD), assinado por Geraldo de Barros. Arquivo do Museu de Arte de São Paulo. [sem data].

BAUDRILLARD, J. *O Sistema dos Objetos*. São Paulo: Perspectiva, 2015.

CAUDURO, João Carlos. *Design & Ambiente*. São Paulo, FAUUSP, 1992;

CLARO, Mauro. *Unilabor: desenho industrial, arte moderna e autogestão operária*. São Paulo: SENAC, 2004.

_____. *Dissolução da Unilabor: crise e falência de uma autogestão operária* - São Paulo, 1963-1967. Tese (doutorado em Arquitetura e Urbanismo), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

Design: Geraldo de Barros. *Revista Casa & Jardim*. n. 199, 1971, p. 24 - 27.

HUGERTH, Mina Warchavchik. *Mobilinea: design de um estilo de vida (1959-1975)*. São Paulo: USP, 2015

HUGERTH, Mina Warchavchik. *A apresentação do design moderno na Mobília Contemporânea*. In Michel Arnoult, design e utopia: móveis em série para todos. Organizado por Ethel Leon. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016, 216p.

LEON, Ethel. *Mobília Contemporânea, ascensão e queda de um gosto moderno*. In Michel Arnoult, design e utopia: móveis em série para todos. Organizado por Ethel Leon. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016, 216p.

LIMA, Heloisa Espada Rodrigues. *Fotoformas: a máquina lúdica de Geraldo de Barros*. Dissertação (Mestrado em Artes) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006. Disponível em: <www.dedalus.usp.br>. Acesso em: 02 julho 2017.

MAUTNER, Yvonne. *A produção na Mobília Contemporânea: à procura da simplicidade de um móvel democrático, econômico e popular*. In Michel Arnoult, design e utopia: móveis em série para todos. Organizado por Ethel Leon. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016, 216p.

MENEZES, Aureliano. *A Situação do Móvel no Brasil: Do projeto à Implantação Industrial* (anos 40 aos dias atuais)

- Depoimentos. Trabalho de Graduação Interdepartamental (Graduação em Arquitetura e Urbanismo). Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1977.
- *Entrevista com Geraldo de Barros sócio da Hobjeto*. São Paulo, abril de 1976. 12 páginas datilografadas, cópia cedida por Mauro Claro em março de 2017.

MORENO, Júlio e OUTSUKA, Lenita. Geraldo de Barros o precursor. In *Revista Design & Interiores*, n. 28. Projeto Editores: São Paulo. 1992. p.49-53.

RYBCZYNSKI, W. *Casa: pequena história de uma ideia*. Rio de Janeiro, Record, 1996.

SANTI, Maria Angélica. *Mobiliário no Brasil: origens da produção e da industrialização*. São Paulo: Editora Senac, 2013.

SANTOS, Maria Cecília Loschiavo dos. *O móvel moderno no Brasil*. São Paulo: Olhares. 2015.

_____. *O Móvel moderno no Brasil*. São Paulo. Dissertação (mestrado em Filosofia), Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1985

_____. *Jorge Zalszupin: Design Moderno no Brasil*. São Paulo: Editora Olhares, 2014.

SANTOS, Marinês R. *O Design Pop no Brasil dos anos 1970: domesticidades e relações de gênero na revista Casa & Jardim*. Tese (Doutorado em Ciências Humanas), Universidade Federal da Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

SANTOS, Marko Alexandre Lisboa dos. *Arte Concreta: racionalismo e abstração como contribuições para o design – um estudo na obra de Geraldo de Barros*. 2010. 90 f. Dissertação (Mestrado em Design) -Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, 2010. Disponível em: <www.repositorio.unesp.br/handle/11449/89730>. Acesso em: 15 julho 2017.

Texto sem referência do autor. “Geraldo de Barros: doze anos depois do Grupo Rex”. *Folha de São Paulo*: p.35, 15 de abril de 1977.

VASCONCELOS, Jorge. “Itinerários (Geraldo de Barros)”. *Diário de São Paulo*. São Paulo, 14 de jul. de 1979.

ZANINI, Walter. *História Geral da Arte no Brasil*. São Paulo: Instituto Walther Moreira Salles, 1983. 2. v.

Acervos:

Acervo pessoal de Fabiana de Barros; Biblioteca FAU-USP; Acervo do Museu da Casa Brasileira; Acervo pessoal de Mauro Claro; Arquivos online da Junta Comercial de São Paulo.

Biblioteca da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, disponível em <http://www.sibi.usp.br/>

Junta Comercial do Estado de São Paulo (JUCESP), disponível em: <https://www.jucesponline.sp.gov.br>

Periódicos:

Acrópole (todos os volumes entre 1950 e 1971)

Casa & Jardim (todos os volumes entre 1960 e 1975)

A Folha de São Paulo (busca em arquivo online a partir das palavras chave: Hobjeto e Geraldo de Barros entre os anos de 1968 e 1998)

O Estado de São Paulo (busca em arquivo online a partir das palavras chave: Hobjeto e Geraldo de Barros entre as décadas de 1960 e 1990)

Entrevistas:

BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Marcos da Costa Braga e ao Museu da Casa Brasileira. Realizada na cidade de São Paulo, em 24 de março de 2012 com três horas de duração.

BIONI, Antônio. Entrevista concedida à Regina Ponte e Mauro Claro. Realizada na cidade de Pilar do Sul, em 26 de abril de 1997.

Marcos da Costa Braga

Entrevista por e-mail recebida no dia 12 de dezembro de 2017.

Maria Beatriz de A. S. Butcher (Bibita)

Cotia, 24 de maio de 2016. Gravação digital (127 min.)

Fabiana de Barros

São Paulo, 15 de julho de 2016. Gravação digital (92 min.)

Catálogos e folders:

ABRAMO, Radha. Geraldo de Barros: 12 anos de pintura. 1964-1976. São Paulo: Museu de Arte Moderna de São Paulo, 1977.

Sobre a capa

Desenho inspirado no do papel milimetrado utilizado nas lojas Hobjeto