UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

**A decoração nas residências de elite: a produção material e simbólica
dos espaços da casa**

DENISE ADELL DE FREITAS GUIMARÃES

São Paulo

2010

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

**A decoração nas residências de elite: a produção material e simbólica
dos espaços da casa**

Denise Adell de Freitas Guimarães

Dissertação apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em
Sociologia do Departamento de
Sociologia da Faculdade de
Filosofia, Letras e Ciências
Humanas da Universidade de São
Paulo, para a obtenção do título de
Mestre em Sociologia.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Antonio Pinheiro Filho

São Paulo

2010

Agradecimentos

É impossível não iniciar esta seção agradecendo à Paulo Fontes. Se este trabalho se concretiza, tal fato deve-se em grande parte ao seu inestimável apoio. Grande companheiro de uma fase de minha vida, devo ainda em boa medida à ele meu enveredamento pelos caminhos acadêmicos. Agradeço-lhe assim, por toda a dedicação e afeto.

Sempre ao meu lado desde a graduação, a professora, orientadora na Iniciação Científica e amiga Rosemary Segurado também merece meu agradecimento por tudo, desde o início. Agradeço ainda, às leituras atentas e ao acompanhamento do desenvolvimento deste estudo por parte de meu orientador e excelente professor desde a graduação, Fernando Pinheiro. De certa forma, sua trajetória profissional me guiou. Prestar essa homenagem formal à figuras tão importantes não parece suficiente para exprimir o valor que têm.

Acompanhando “de fora”, ou nem tão de fora, meus pais, Nuria e Eduardo, minha irmã Marina, e Thiago Antonacci mais recentemente, foram todos grandes apoiadores neste longo processo de estudo, pesquisa de campo, e escrita. Processo este, um tanto peculiar para os não-familiarizados com o mundo acadêmico. Sou especialmente agradecida à meus pais, que sempre foram, de todo modo, um pilar de sustentação para mim.

Agradeço ainda à todos os entrevistados para esta pesquisa, pelos quais invariavelmente fui bem recebida e atendida com toda a disposição. A ajuda das amigas Laís Fajertajzn, e Ana Helena Rizzi Cintra também foi fundamental na articulação de contatos para o cumprimento das entrevistas. Sou grata por fim, às três instituições de pesquisa que acreditaram no meu projeto e o apoiaram: O CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - que me financiou nos primeiros meses de trabalho (de setembro de 2008 à fevereiro de 2009); à bolsa de Mestrado concedida pela FAPESP – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (de março de 2009 à agosto de 2010); e à *Research Grant* com a qual fui contemplada (de março de 2009 à julho de 2010) pela fundação britânica FURS – *Foundation for Urban and Regional Studies*.

Resumo

Este estudo analisa e compara a decoração de interiores residenciais em setores da elite paulistana. A investigação desta prática é entendida como reveladora das suas funções sociais, tal como sua capacidade de afirmar posições sociais, expressar identidades, poder de consumo, e produzir distinções sociais no espaço físico da casa. O exame da dimensão material e simbólica destes espaços se dá através de entrevistas com moradores e do registro fotográfico dos interiores visitados.

Outras duas fontes de informações contribuem ainda para esta análise: edições recentes de revistas sobre decoração de interiores em circulação no mercado editorial brasileiro, e entrevistas qualitativas com profissionais especializados em decoração residencial que trabalham para as elites paulistanas. A investigação do papel destas mídias no processo de produção dos espaços residenciais contemporâneos e das suas recepções pelos moradores entrevistados, juntamente à análise das percepções destes profissionais sobre as demandas de seus clientes, contribuem para a compreensão dos diversos aspectos da decoração de interiores tal como ela se apresenta no mundo de hoje.

Palavras-chave: espaço doméstico; elites; decoração; consumo; modos de vida

Abstract

This study compares and analyses domestic interior decoration within sectors of the elites from the city of São Paulo. The investigation of such practice is here understood as one revealing of its social functions, as its capacities in affirming social positions, expressing identities, power of consumption, and producing social distinctions in the physical space of the home. The examination of the material and symbolic dimension of those spaces is accomplished through interviews with residents and the photographic recording of the visited interiors.

Two other sources of information also contribute to this analysis: recent editions of Brazilian magazines specialized in home decoration, and qualitative interviews with professionals dedicated to interior decoration who works for the São Paulo's elites. The investigation of the role of these medias in the process of production of contemporary domestic interiors and its receptions from the interviewed residents along with the analysis of the perceptions of these professionals regarding the requirements of their clients contribute to the comprehension of the diversity of aspects of the interior decoration.

Keywords: domestic space; elites; decoration; consumption; ways of life

Sumário

Introdução	pg. 6
1. Casas sob revista: As revistas de decoração de interiores e suas relações com a produção dos espaços da casa	pg. 12
2. A casa e seus marcadores de distinção: legitimação e construção do lugar social	pg. 46
Caderno de Imagens	pg.107
3. Corretores do gosto: Arquitetos, designers e decoradores de Interiores	pg.125
Considerações Finais	pg.141
Referências bibliográficas	pg. 149
Anexos	pg. 153

Introdução

A maior do país e uma das maiores do mundo, a cidade de São Paulo, com cerca de 11 milhões de habitantes¹ e uma região metropolitana de aproximadamente 20 milhões, passou, desde o final do século XIX, por um dos mais impressionantes processos de crescimento urbano do planeta. Baseado em forte segregação social no espaço urbano, o padrão predominante de urbanização da cidade reservou para as elites e classes médias a habitação nos bairros centrais e bem equipados, enquanto as classes trabalhadoras têm vivido nas periferias pobres e frequentemente ilegais.² Nesta cidade de profundos contrastes sociais e culturais, onde uma incrível riqueza coexiste com altíssimos índices de pobreza, a moradia tem sido historicamente uma questão fundamental e alvo de numerosas (e geralmente mal sucedidas) políticas públicas habitacionais.

Diversos aspectos de tais contrastes sociais e culturais e suas relações com o espaço da cidade têm sido abordados por estudos nas áreas da sociologia urbana, arquitetura, história social, entre outras.³ No entanto, diferentemente da maior parte dos estudos nessa temática, nesta pesquisa alguns desses problemas estruturais serão observados a partir do espaço privado residencial das classes mais ricas, possibilitando uma nova perspectiva para a compreensão dos mesmos. Deste modo, espera-se construir informações sobre “o outro lado” da desigualdade, ou seja, olhar para a

¹ De acordo com o site da Prefeitura do Município: <http://www.cidadedesapaulo.com/sp/br/sao-paulo-em-numeros> - acessado em abril de 2009.

² Nos últimos 20 anos este padrão tem sofrido modificações importantes, como nos mostra Teresa Caldeira, entre outros autores. Condomínios fechados de alto padrão fortemente protegidos e segregados em relação ao seu entorno são construídos e localizados cada vez mais frequentemente em bairros e municípios periféricos da região metropolitana de São Paulo. Sobre este fenômeno ver Teresa Caldeira. *Cidade de Muros: Crime, segregação e cidadania em São Paulo*. São Paulo: Editora 34, 2000.

³ Há uma grande e razoavelmente interdisciplinar produção bibliográfica sobre a urbanização paulistana no século XX. Uma breve relação de alguns dos títulos mais importantes certamente deve incluir os livros de Lucio Kowarick. *A espoliação urbana*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980 e *As lutas sociais e a cidade*. São Paulo: Paz e Terra, 1984; Nabil Bonduki. *Origens da habitação social no Brasil: arquitetura moderna, lei do inquilinato e difusão da casa própria*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998; Ermínia Maricato (Org.). *A produção capitalista da casa (e da cidade) no Brasil*. São Paulo: Alfa-Omega, 1979 e *Metrópole na periferia do capitalismo: ilegalidade, desigualdade, violência*. São Paulo: Hucitec, 1996; Teresa Caldeira. *Cidade de Muros: Crime, segregação e cidadania em São Paulo*. São Paulo: Editora 34, 2000; Milton Santos. *Por uma economia política da cidade*. São Paulo: Hucitec/Educ, 1994. Análises mais recentes podem ser encontradas em Heitor Frugoli Jr. *Centralidade em São Paulo: trajetórias, conflitos e negociações na metrópole*. São Paulo: Cortez/Edusp/Fapesp, 2000; Mariana Fix. *São Paulo Cidade Global: fundamentos financeiros de uma miragem*. São Paulo: Boitempo, 2007; entre outros.

riqueza, raramente objeto de estudo de análises sociológicas,⁴ para que possamos melhor compreender os parâmetros da pobreza e das desigualdades sociais no país.

A questão que se coloca aqui é: Como entender, especificamente, o *interior* dessas habitações? Como essa massiva desigualdade social se manifesta no nível cotidiano mais íntimo, atrás das paredes das casas dos bairros ricos da cidade? Através da análise da dimensão material e simbólica expressa nos interiores de residências de membros das elites paulistanas buscamos, portanto, respostas para tais questionamentos mais amplos. Assim, fenômenos um tanto incomuns aos estudos sociológicos como a prática da decoração de interiores residenciais e o consumo de mobiliário doméstico são objeto de estudo dessa pesquisa.

Grande parte das práticas contemporâneas de consumo são relacionadas com o espaço doméstico. Atualmente, a moradia representa uma dimensão da vida social que expressa uma série de características de seus moradores, como suas identidades e estilos de vida. A esfera doméstica pode, ainda, ser vista como altamente dotada de valores e bens simbólicos hierarquicamente categorizáveis e que produzem, no espaço físico da casa, marcações de fronteiras e distinções sociais. Nesse sentido, investigamos aqui os modos de vida das elites paulistanas, tentando captar seus diferentes perfis sociais.

Tal investigação se dá por meio de três frentes de trabalho, i) o exame e a comparação entre interiores residenciais de casas localizadas em bairros considerados das elites da cidade de São Paulo, ii) a análise de edições recentes de revistas sobre casa e decoração em circulação no mercado editorial nacional, e iii), entrevistas com arquitetos, designers e decoradores de interiores que elaboram e desenvolvem projetos de decoração e arquitetura de interiores para as moradias das elites da capital paulistana.

O notável surgimento de inúmeras publicações sobre a casa em livros, revistas, fascículos de jornais e na televisão, têm mostrado ainda, tanto a ausência como a necessidade de discussões sobre os novos aspectos da atual configuração da habitação, bastante complexa nas sociedades contemporâneas.⁵ O primeiro capítulo deste trabalho

⁴ Segundo Michel Piçon e Monique Piçon-Charlot, em “Sociologia da Alta Burguesia”, in *Sociologias* [online]. 2007, n.18, pp. 22-37. Neste artigo os autores discutem as dificuldades e receios dos sociólogos em estudar “o mundo dos ricos”. Apontam, entre outros, para a timidez social dos próprios sociólogos e suas relações com as classes dominantes, a ausência de créditos ao financiamento de pesquisas sobre esse objeto, “dificuldades metodológicas encontradas por aqueles que se arriscam nessa empreitada”, e preconceitos teóricos e sociais ao tema como alguns dos desafios encontrados pelos sociólogos ao se investigar a riqueza.

⁵ Um dos indicadores de que a casa vem ganhando espaço como um tema acadêmico em nível internacional é a recente edição da revista britânica *Home Cultures*, aberta para as diversas disciplinas

apresenta uma análise de como umas destas mídias, a revista, tem explorado o espaço doméstico contemporâneo. As revistas sobre casa e decoração de interiores desempenham importante papel na construção de um imaginário social coletivo a respeito dos modelos ideais de decoração e organização dos interiores residenciais. Assim, procuramos analisar como operam os discursos destas mídias especializadas, relacionando-os às entrevistas, observações e imagens obtidas nas visitas às residências investigadas.

A pesquisa empírica qualitativa constitui meio fundamental para a verificação das questões e hipóteses desta dissertação de mestrado.⁶ A parte da pesquisa de campo realizada nas casas de moradores das classes sociais mais favorecidas apresentada no capítulo dois consiste em observação direta, aplicação de questionários de entrevista semi-estruturados e conversas informais que foram gravadas, e o registro fotográfico dos interiores domésticos, ou seja, dos diversos cômodos das casas investigadas.⁷ O morador da residência entrevistado foi, ademais, aquele responsável pela escolha dos móveis e decoração da casa.

Quanto à seleção da amostragem do universo investigado, foram realizadas dez entrevistas em profundidade com moradores de bairros considerados de elite da cidade de São Paulo.⁸ As residências investigadas distribuem-se entre os seguintes bairros: Jardins (Jardim Paulista, Jardim Europa, Jardim América, Jardim Paulistano), Higienópolis, Pacaembu, Vila Nova Conceição, Morumbi, Brooklin, e Moema. De acordo com a Prefeitura Municipal de São Paulo⁹, tais bairros estão entre as regiões mais privilegiadas do município. O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)¹⁰ dos Jardins Paulistano e Europa, localizados no distrito de Pinheiros, é de 0.960; nos Jardins América e Paulista (no distrito do Jardim Paulista) o índice é de 0,957; na Vila Nova Conceição e Moema (a Vila Nova Conceição situa-se dentro do distrito de

que analisam a esfera doméstica e cuja primeira edição é de 2004. Para maiores informações, ver o site: <http://www.bergpublishers.com/BergJournals/HomeCultures/tabid/3203/Default.aspx>. Outra demonstração do interesse pela casa, agora fora do mundo acadêmico mais restrito, é o lançamento do livro “Uma espiadinha pela janela”, de Maria Ignez Barboza em 19/05/2009 no Museu da Casa Brasileira. O livro reúne cerca de 250 fotografias (de Tuca Reinés) de 46 casas de personalidades paulistanas.

⁶ Ciente da existência de inúmeras variáveis (em função das especificidades de cada caso), me apoiarei nos resultados desta pesquisa como uma forma generalizada de tradução da realidade.

⁷ Visitei as dez residências selecionadas uma única vez, pois acredito que o conjunto do material coletado em cada visita forneceu dados suficientes para o tipo e escopo de análise que este trabalho se propõe realizar.

⁸ Os também chamados bairros “nobres” da cidade.

⁹ Ver, site: <http://portal.prefeitura.sp.gov.br/subprefeituras/sppi/dados/0001> - acessado em abril de 2009.

¹⁰ O IDH é um índice da ONU que mede o nível de desenvolvimento humano a partir de indicadores de educação, longevidade e renda. O índice varia de 0 (nenhum desenvolvimento humano) a 1 (desenvolvimento humano total). Regiões com IDH até 0,499 são consideradas de desenvolvimento humano baixo; as regiões com índices entre 0,500 e 0,799 são consideradas de médio desenvolvimento humano; e regiões com IDH maior que 0,800 têm desenvolvimento humano considerado alto.

Moema), é de 0,961; já em Higienópolis e no Pacaembu, ambos parte do subdistrito da Consolação, o IDH é de 0,950; e no Morumbi, é de 0,938, todos dentre os maiores da cidade. Todos estes bairros, centralmente localizados dentro do espaço urbano compreendido pelo município de São Paulo estão, ainda, dentre as regiões mais bem servidas de infra-estrutura e equipamentos públicos da cidade.

Assim, o objetivo aqui foi delimitar bairros que, apesar de suas especificidades, se caracterizassem por abrigar as elites paulistanas de uma forma geral e abrangente, nas suas diversas combinações de composições entre índices de renda, educação formal e familiar, entre outros indicadores sociais e culturais. Espero portanto, dentro deste universo mais abrangente representativo de regiões onde residem as elites da cidade (por isso o uso da palavra elites no plural), identificar e analisar as distinções existentes *entre* os interiores destas residências em seus diversos aspectos materiais e simbólicos, independentemente das relações com os bairros aonde se localizam as casas visitadas.¹¹

A respeito dos métodos de acesso ao universo empírico investigado, utilizei essencialmente uma rede de contatos à qual possuo acesso. Apesar da generalizada dificuldade de conseguir marcar uma data e horário para ser recebida pelos moradores dada a aparente falta de tempo dos mesmos (demorei cerca de duas a três semanas para conseguir agendar cada entrevista, que foram frequentemente desmarcadas e remarçadas até chegar a uma data final), este método se mostrou eficaz, e foi suficiente para a realização das dez entrevistas.¹² Além deste método informal de agendamento das visitas, utilizei uma carta de apresentação da Universidade de São Paulo informando os objetivos da entrevista (com fins estritamente acadêmicos) que levei comigo e as entreguei aos entrevistados, de modo a atestar não só a seriedade da pesquisa, mas também a tranquiliza-los quanto à garantia da manutenção do sigilo e privacidade de seus nomes e endereços residenciais. Vale dizer, que apesar da dificuldade de agendamento das entrevistas, quando este momento se concretizou fui sempre muito bem recebida e atendida pelos moradores.

¹¹ Estou ciente de que existem certos padrões e perfis que caracterizam, e distinguem, de forma geral, os moradores destes bairros, e sei que esta relação poderia ser considerada como mais um fator de análise. Não o faço, no entanto, dadas as restrições de tempo para a realização desta pesquisa de mestrado e a priorização de outros aspectos, deixo assim, tal consideração para uma futura oportunidade de trabalho.

¹² Nesta etapa, me apoiei ainda, na rede de contatos inicialmente articulada em minha pesquisa de Iniciação Científica realizada em 2006 com o apoio da FAPESP. Em tal pesquisa, desenvolvi trabalho inicial sobre a análise sociológica dos interiores residenciais, que contribui tanto para a realização de tarefas práticas desta pesquisa de campo, quanto propiciou uma base referencial teórica sobre o tema.

Deste modo, ao realizar um estudo das configurações dos interiores domésticos, foi central a observação dos aspectos de percepção objetivos e concretos bem como subjetivos referentes à ocupação e uso de tais espaços. Tal como pode ser observado pelo roteiro de entrevista em anexo, comparei e analisei, nestas incursões aos lares paulistanos, os usos dos diversos tipos de cômodos das moradias, o mobiliário e os objetos de decoração (buscando saber, por exemplo, suas marcas, aonde foram comprados, se foram herdados, se são peças de autor, se carregam lembranças especiais e significativas, etc) encontrados, seu design, o arranjo dos mesmos nos espaços domésticos, a estrutura arquitetônica das casas e apartamentos (observando, apenas de uma forma geral, medidas, número de dormitórios e cômodos, e estilos arquitetônicos com seus respectivos conceitos básicos), o número de moradores e a composição familiar, bem como os significados de sua casa para os mesmos. O roteiro de entrevista com os moradores foi elaborado portanto, de modo a captar informações relacionadas à produção e construção destes aspectos materiais, simbólicos, e subjetivos do espaço doméstico. A parte inicial do mesmo foi formulada, ainda, de modo a tentar captar, de forma sutil, algumas informações sobre a trajetória de vida e o perfil sócio-econômico aproximado dos moradores,¹³ de modo a delinear seus perfis sociais e aferir o pertencimento dos mesmos aos estratos sociais mais privilegiados da sociedade.

Já o registro fotográfico das casas pesquisadas foi extremamente relevante para a verificação das hipóteses e perguntas levantadas. A diversidade de imagens obtidas, aqui apresentadas no segundo capítulo, foram analisadas em si e também utilizadas como meio de confirmação das observações escritas no texto. Tal como veremos, as capacidades expressivas das imagens, visualmente informativas, permitiram uma melhor abordagem dos aspectos simbólicos e relacionais das configurações dos interiores domésticos investigados.

O terceiro capítulo analisa os discursos dos profissionais da área de decoração, design e arquitetura de interiores e suas relações com seus clientes. Para tal, foram

¹³ A dificuldade em se medir o tamanho real da concentração de renda e a centralização da riqueza nas mãos de poucos no Brasil é problemática conhecida dos estudos urbanos e sociais. Tais dificuldades são criticamente discutidas, por exemplo, no *Atlas da exclusão social no Brasil, vol.3: os ricos no Brasil*, São Paulo: Cortez, 2005, organizado por Márcio Pochmann. Segundo os autores, os ricos no Brasil “se escondem”. Nesse sentido, o conhecimento do estrato populacional mais rico do país seria dificultado por diversos fatores, desde a própria falta de informações disponíveis, às falhas ou incapacidades das informações oficiais e públicas disponíveis em estimação de patrimônio dos indivíduos ricos, e a não-declaração do capital “total” dos, tal como chamados neste livro, “muito” ricos em declarações fiscais como o imposto de renda, entre outros.

entrevistados (modelo de roteiro de entrevista em anexo) quatro profissionais desta área que desenvolvem e realizam projetos de decoração e arquitetura residencial para as elites paulistanas. Além de tratar do papel destes profissionais no processo de produção dos espaços residenciais contemporâneos, analisamos neste capítulo, segundo a ótica dos profissionais entrevistados, quais são as demandas dos seus clientes e porque as pessoas contratam este tipo de serviço. A análise destas entrevistas, com aproximadamente uma hora de duração cada, contribuiu assim para melhor analisarmos os diversos aspectos que compõem a prática da decoração de interiores.

Portanto, partindo de conceitos teóricos e pesquisa de campo, pretende-se verificar a existência destas variadas e dinâmicas relações entre o espaço da casa e o corpo social que o habita. Utilizamos assim, ao longo dos capítulos e de acordo com as demandas advindas da análise do material coletado em campo, recursos instrumentais característicos da chamada sociologia do cotidiano e da cultura, utilizando também alguns métodos e formulações teóricas da antropologia social, pesquisas historiográficas, e de estudos sobre design e arquitetura.

Já nas considerações finais, procuramos integrar as análises dos três capítulos, apontando para as suas inter-relações. A idéia aqui, é que as diversas formas de abordagem de uma mesma problemática, proporcionadas por estes três capítulos, nos ofereceria, de maneira complementar, e sob distintos ângulos, instrumentos para a elaboração de análises mais consistentes sobre uma mesma prática e espaço social central para a vida dessas elites, suas residências. A casa apareceria assim, como um espaço físico onde poderíamos observar, através da decoração de interiores, o uso de recursos de marcação social, que funcionariam como meios de comunicação, identificação, e diferenciação da inteligibilidade de interiores domésticos de diferentes setores da elite paulistana.

Capítulo 1

Casas Sob Revista:

As revistas de decoração de interiores e suas relações com a produção dos espaços da casa

Tal como mencionado na introdução, o notável surgimento de diversas publicações sobre a casa em livros, revistas¹⁴, jornais e na televisão, têm apontado para a importância de se investigar os novos aspectos da atual configuração da habitação.¹⁵ Considerando ainda os meios de comunicação como uma das maneiras de disseminar tanto os estilos de vida, quanto os padrões de moradia urbanos, edições recentes de revistas especializadas em decoração de interiores residenciais foram selecionadas para a análise aqui proposta.¹⁶ Deste modo, a partir de uma investigação sociológica de publicações dedicadas à casa e decoração em circulação no mercado editorial brasileiro, pretende-se discutir a relação destas mídias com o processo de produção dos espaços residenciais contemporâneos.

A análise das revistas sobre decoração de interiores será, ademais, confrontada com os resultados de pesquisa em profundidade realizada com moradores de bairros

¹⁴ Seguem, por exemplo, nomes de algumas das inúmeras revistas em circulação no mercado editorial nacional especializadas na casa: *Casa Claudia*, *Viver Bem Decoração*, *Casa e Jardim*, *Bons Fluidos*, *Arquitetura & Construção*, *Casa & Ambiente*, *Quartos e Closets*, *Banheiros & Lavabos*, *Cozinhas e Salas de Almoço*, *Salas & Livings*, *O quarto dos Filhos*, *Pequenos Ambientes*, *Decoração & Lazer*, *Espaço D*, *Elle Deco*, *KAZA*, *decorar*, *entre outras*. Direcionadas, geralmente, para o grande público.

¹⁵ Outra demonstração expressiva da crescente valorização da esfera doméstica é o surgimento de inúmeros novos cursos de graduação, pós-graduação, técnicos, ou de curta-duração especializados na área de design, arquitetura, e decoração de interiores em São Paulo. Apontando assim para uma crescente profissionalização da temática em questão, por exemplo: Curso Técnico em Design de Interiores no SENAC-SP (<http://www.sp.senac.br/jsp/default.jsp?newsID=DYNAMIC,oracle.br.dataservers.CourseDataServer,selectCourse&course=115&template=380.dwt&unit=NONE&testeira=474> - consultado em maio de 2010); pós-graduação em Design de Interiores, e Design do Mobiliário, ambos na Escola Panamericana de Artes (http://www.escola-panamericana.com.br/cursos/cursos_detalhe.php?curso=37 - consultado em maio de 2010); pós-graduação *Latu-Sensu* em Design de Interiores pela Fundação Armando Álvares Penteado - FAAP (http://www.fAAP.br/faculdades/artes_plasticas/design/index.htm?gclid=CK7EsN6Wy6ECFYMe7godQVFHfQ - consultado em maio de 2010), entre outros.

¹⁶ A opção pela análise de revistas dentre as diversas mídias como a televisão e o jornal deve-se a uma simples estratégia metodológica que nos pareceu adequada. No entanto, certamente a análise de fascículos de jornais ou programas de televisão também são relevantes para a investigação dos interiores residenciais contemporâneos, tal como o fazem, por exemplo, Michelle Janning e Lindsey Menard. As sociólogas norte-americanas analisam, no artigo “I Would Never do That in my Own Home: Gender, Audience Reflexivity, and the Decorating Television Viewing Culture”, publicado no *Electronic Journal of Sociology* em 2006, a recepção das mensagens transmitidas pelos programas de televisão de tipo “antes e depois” sobre transformação de interiores residenciais, cada vez mais populares nos Estados Unidos.

considerados de elite da cidade de São Paulo. Pretende-se assim, identificar se estes moradores consomem, e de que maneira, revistas de decoração. O objetivo aqui, é comparar os discursos textuais e simbólicos destas mídias com os discursos dos moradores entrevistados e as reais configurações dos seus espaços residenciais. Buscando portanto, observar a relação entre estas revistas e as formas de apropriação que um determinado segmento do seu público leitor faz das suas mensagens.

Sem querer me aprofundar nesta questão, vale dizer, antes de iniciar esta análise, que há uma função básica da Indústria Cultural¹⁷ operando no consumo de revistas de decoração da qual estamos cientes. É sabido que estas publicações não se sustentam apenas pela sua venda para um público que realmente irá consumir os bens nelas veiculados, mas apóiam-se também, e em grande medida, nas vendas para um público que as consumiria apenas para se orientar no mercado de decoração, realizariam assim, um tipo de consumo vicário. Ou seja, através de um consumo calcado na modelagem que as revistas propõem, estes leitores, que não possuiriam condições financeiras de consumir nas lojas divulgadas nestas revistas, realizariam um tipo de consumo fantasioso, pois, na realidade, procurariam, e, consumiriam, vulgaratas dos produtos nestas divulgados.¹⁸ No entanto, a pesquisa permitiu registrar que o perfil social dos moradores entrevistados que afirmaram ler tais publicações refere-se ao daqueles que, realmente, consomem, ou consomem ao menos parte, dos seus móveis e objetos de decoração nas lojas divulgadas nessas revistas.

Nesse sentido, o foco em entrevistas com moradores pertencentes às elites paulistanas e a questão do perfil dos grupos sociais investigados serão mais aprofundados a partir do próximo capítulo. Assim, de acordo com Mira (2001), ao investigar a história das revistas e a segmentação da cultura no século XX, as grandes fronteiras entre os públicos consumidores de revistas seriam marcadas pelas clivagens de gênero, geração e classe social.¹⁹ Segundo a autora, ao exigirem “um certo grau de familiaridade com a leitura e um dispêndio de dinheiro supérfluo, praticamente todos

¹⁷ Para mais informações sobre os argumentos e teorias da Indústria Cultural e a Escola de Frankfurt ver Freitag, Bárbara. *A teoria crítica: ontem e hoje*. São Paulo, Brasiliense: 2004; Adorno, Theodor. *A Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2002; Marcuse, Herbert. *A Ideologia da Sociedade Industrial: O homem unidimensional*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1982.

¹⁸ Este tipo de consumo vicário, ou melhor, o mecanismo psicológico desse recurso, teria a ver, de acordo com Marcuse (1982), com uma projeção substitutiva em que o consumidor resolveria uma necessidade simbólica da qual ele sabe não ser capaz de realizar. Se daria assim, uma substituição do real pela representação como uma forma de compensação para o real que não pode ser resolvido.

¹⁹ A historiadora Vânia Carneiro de Carvalho, em seu livro “Gênero e Artefato: O Sistema Doméstico na Perspectiva da Cultura Material – São Paulo, 1870-1920” nos mostra como, na realidade, já no final do século XIX e início do XX as fronteiras entre os públicos consumidores de revistas, na época representadas pelos manuais e enciclopédias femininas e os tratados do “saber viver”, muito populares em termos editoriais, seriam marcados pelas clivagens de gênero, geração e classe social.

os públicos [consumidores de revistas] se distribuem das classes médias para cima.”(p.12). Tal observação, que relaciona classe e consumo, nos remete aos objetivos maiores desta pesquisa, que procura relacionar consumo de bens domésticos e grupos ou classes sociais a formas de marcação de distinções sociais e simbólicas.

Nesse sentido, a abordagem da questão de classe na presente análise, é, de toda forma, inevitável, e será realizada principalmente durante a discussão sobre a influência das revistas no processo de formação dos estilos de vida e gosto pessoal de seus consumidores. O interior doméstico, seu mobiliário, e sua decoração, são, assim, considerados elementos importantes para a análise de desigualdades sociais. Espera-se, deste modo, contribuir para a compreensão dos complexos processos de construção e manutenção das fronteiras sociais e suas respectivas tensões.

De acordo com Mira (2001), a partir de meados dos anos 80 o processo de segmentação da mídia se acelera de maneira geral.²⁰ No meio revista, segmentado por definição, tal processo se dá de maneira ainda mais intensa. Em decorrência das transformações mais amplas dos mecanismos de regulação do capital que afetaram todos os mercados econômicos nesse período, as editoras teriam passado a se guiar, segundo Mira (2001), por uma lógica diferenciada das revistas segmentadas.²¹ Tal lógica se basearia em: i) menor tiragem (em torno de 100 mil exemplares); ii) públicos específicos oferecidos a anunciantes também específicos, e em iii) um mercado mais instável. No campo das revistas vendidas em bancas de jornal, por exemplo, a especialização é particularmente visível. Temas tão distintos como esportes, moda, automóveis, música, animais de estimação, culinária, informática, novas tecnologias e questões comportamentais em geral, são atualmente objeto de periódicos exclusivos, muitas vezes dirigidos a públicos segmentados por gênero, faixa etária, etnias, poder aquisitivo, entre outros.

Atentas para a rapidez das modificações no cotidiano do seu público leitor, as editoras de revistas específicas têm buscado identificar e interferir nas novas necessidades e anseios de seus consumidores. Para tal, têm utilizado cada vez mais as técnicas de pesquisas de mercado. Através delas, de acordo com Mira (2001:192), profissionais de marketing baseiam elaboradas estratégias de vendas que perpassam o

²⁰ Passo, aqui, diretamente aos anos 80 e à segmentação das revistas dado o foco desta análise sobre as revistas contemporâneas. No entanto, a história das editoras e do mercado editorial envolve diversos outros processos e aspectos importantes.

²¹ Segundo David Harvey (1992) neste período é instaurada lógica da “acumulação flexível”, o novo modelo de regulação do capital que se impunha aos mercados como resultado da crise do petróleo de 1973 e da subsequente crise do modelo fordista, que acabariam por transformar tanto os processos e o mercado de trabalho quanto os produtos e os padrões de consumo.

conteúdo das revistas. Contribuindo assim, para o lançamento das chamadas novas tendências da moda, construções que articulam interesses de venda aos supostos ideais de consumo de seus leitores.²² Tal habilidade em captar e re-criar novas expressões sociais e de alguma forma traduzi-las nas revistas, se apresenta assim, como mais uma razão para que este tipo de mídia seja considerada uma significativa fonte de pesquisa para a presente investigação.

Selecionei para esta análise, dez edições de três publicações diferentes especializadas na casa: *Casa Claudia*, da Editora Abril; *Casa Vogue Brasil*, da editora Carta Editorial; e um total de dez edições das publicações *Salas & Livings*; *Cozinhas & Salas de Almoço*; e *Quartos & Closets*, todas da mesma editora, a *On Line* Editora. A *On Line* é uma editora mais recente que publica revistas inteiramente especializadas em espaços específicos da casa. Nesse caso, com exceção ao fato de se dedicarem exclusivamente a espaços diferentes da casa, as publicações da *On Line* selecionadas são bastante similares entre si. Têm a mesma estrutura e ordenação de edição, diagramação, estética, estilo de conteúdo e linguagem. Os textos e títulos de seus editoriais e sumários, por exemplo, são bastante semelhantes. Justificando assim, a análise destas publicações como um conjunto e, quando parecer necessário, serão analisadas individualmente.

Este total de trinta edições de diferentes revistas dedicadas ao espaço doméstico engloba ao menos uma edição de cada uma destas publicações entre os anos de 2005 a 2009, garantindo assim, um escopo de cinco anos de representatividade para a presente análise.²³ Deste modo, a escolha dessas três editoras, com trajetórias e histórias diferentes e responsáveis pela edição de periódicos distintos entre si, deverá oferecer um panorama significativo para a compreensão das relações entre as revistas voltadas para a casa em circulação no mercado editorial brasileiro e as atuais configurações do âmbito doméstico. Ademais, desde 2005, quando realizei um primeiro estudo envolvendo a análise de revistas sobre casa e decoração²⁴, venho

²² Embora, ao final deste trabalho, seja realizada uma análise sobre a recepção dos leitores, concentro-me neste momento em uma investigação dos textos e imagens elaborados pelas revistas especializadas. Tal recepção, como tem sido demonstrado por uma vasta bibliografia, é bastante seletiva e condicionada por diversos fatores de ordem histórica, social e cultural, resultando muitas vezes em leituras bastante diferentes das intenções dos autores e editores. Para uma interessante análise desta questão ver Darnton, Robert. “Primeiros passos para uma história da leitura” in *O beijo de Lamourette. Mídia, cultura e revolução*. São Paulo, Cia. das Letras: 1990.

²³ As revistas aqui analisadas foram adquiridas em bancas de jornais comuns da cidade de São Paulo.

²⁴ Adell, Denise. “*Arquitetura, design e mobiliário: um estudo sobre os espaços interiores da casa em São Paulo*”. Trabalho de Conclusão de Curso: Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo – FESP-SP, 2006. Pesquisa realizada com o apoio de uma bolsa de Iniciação Científica da FAPESP.

acompanhando a publicação de mídias especializadas na casa em circulação no mercado editorial nacional.

Início assim, com uma descrição introdutória sobre estas mídias e parto, posteriormente, para a análise dos periódicos selecionados, apontando também, para as diferenças entre estes. Ao final, relaciono os pontos-chave da análise das revistas aos resultados das entrevistas com os moradores dos bairros selecionados.

Três trajetórias e a segmentação das revistas

Pioneira no segmento de decoração de interiores, *Casa Claudia* é, desde sua primeira edição em 1974, considerada uma das principais revistas brasileiras especializadas em decoração residencial. Originária da revista *Claudia*, a primeira grande revista feminina do país e que ainda hoje ocupa espaço central no mercado feminino de revistas, *Casa Claudia* surgiu em função da identificação, por parte dos editores de *Claudia*, de novos nichos de mercado, gerados a partir da necessidade de adequação às novas configurações da sociedade delineadas entre o início dos anos 70 e meados dos anos 80.²⁵ Parece destacar-se, nesse momento, a propagação da idéia do estilo de vida, que contribuirá para a formação de um mercado consumidor de revistas especializado na casa.

Neste mesmo período, o mercado editorial nacional como um todo sofreu uma série de transformações decorrentes de questões mais amplas, como as transformações do mundo do trabalho e das relações de mercado, bem como dos produtos e padrões de consumo capitalistas. A generalizada segmentação do mercado de revistas aparece assim, como uma das consequências deste cenário político-social mais amplo em transformação.²⁶ Atenta para tais mudanças, a Abril, tradicional editora brasileira responsável pela publicação de diversas revistas, publica, em 1967, uma primeira

²⁵ Como nos mostra Mira (2001:97), este novo período da história das revistas no Brasil se daria em substituição a uma fase anterior, dos anos 60, na qual predominavam os ideais de valorização de tudo aquilo que fosse “autenticamente brasileiro”, ideais estes, relativos ao então projeto político de construção de uma identidade nacional e que repercutiu sobre a mídia feminina através da idéia de valorização da “mulher brasileira”. Há uma vasta bibliografia sobre os variados aspectos do processo de construção de uma identidade nacional no Brasil do século XX. Um balanço geral desta discussão pode ser visto em Oliveira, Lucia Lippi. "Cultura e identidade nacional no Brasil do século XX" in Gomes, Angela de Castro, Pandolfi, Duce e Alberti, Verena. *A República no Brasil*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira/CPDOC-FGV, 2002.

²⁶ De acordo com Mira (2001:38) houve uma duplicação da produção de revistas entre 1960 e 1975, que passou de 104 a 202 milhões de exemplares por ano, expressando o significativo crescimento e a conseqüente segmentação da indústria de revistas brasileiras neste período.

edição especial da revista *Claudia* denominada *Claudia Decoração*. Após alguns anos publicando edições especiais sobre decoração, esta editora lança, em 1974, a revista *Casa Claudia*; que, a partir de 1977, se firma no mercado e passa a ser editada mensalmente. *Casa Claudia* trata, deste modo, de uma série de temas ligados à esfera doméstica. Voltada para um espaço social tradicionalmente reconhecido como pertencente ao domínio feminino, tal revista, inspirada em modelos norte-americanos e europeus, inaugura no Brasil uma fórmula de sucesso, que será seguida por diversas editoras.

Já a *Casa Vogue Brasil*, apesar de publicada pela editora brasileira Carta Editorial, é, na realidade, uma publicação sob licenciamento da editora norte-americana *The Condé Nast Publications Inc.* A editora brasileira obedece, segundo Elman (2008), às regras editoriais da *The Condé Nast Publications Inc.*²⁷, principalmente quanto à nomenclatura das seções, número de páginas e projeto gráfico. Trata-se assim, de uma revista fortemente baseada em um modelo norte-americano tanto de jornalismo quanto de projeto gráfico e estético. A primeira edição brasileira de *Vogue Brasil* data de maio de 1975, e em dezembro do mesmo ano foi lançada a *Casa Vogue Brasil*, pouco mais de setenta anos após o lançamento da primeira *Vogue* estadunidense.²⁸

Pode-se dizer que a trajetória de sucesso e prestígio da publicação norte-americana criada em Nova York foi seguida pela versão brasileira.²⁹ Segundo Elman (2008), a revista *Vogue* teria trazido para o Brasil um novo tipo de jornalismo, e Luis Carta, seu fundador no país, teria proposto “algo novo, uma revista que traduzisse o espírito da época, com preocupações com o design gráfico e fotografias pouco vistas na imprensa brasileira” (p.31). *Casa Vogue Brasil* se tornaria, em pouco tempo, uma das mais importantes revistas dedicadas à casa e decoração de interiores em circulação no país.

Tanto *Casa Claudia*, quanto *Casa Vogue Brasil* permanecem, desde então, há mais de trinta anos no competitivo mercado editorial brasileiro. Já a editora *On Line*,

²⁷ A *The Condé Nast Publications Inc.* edita diversas outras publicações norte-americanas, tais como: *The New Yorker*, *Architectural Digest*, *W*, *Vanity Fair*, *Glamour*, *Teen Vogue*, *men.style.com*, *Golf Digest*, *Gourmet*, *GQ*, *Self*, *Allure*, *Elegant Bride*, *Modern Bride*, *Lucky*, *Cookie*, *Bon Appétit*, *Condé Nast Traveler*.

²⁸ Segundo o site: <http://www.voguebrasil.com.br/site/> - consultado em abril de 2009.

²⁹ Nos anos 60, o jornalista Luis Carta, figura central na Editora Abril deixa esta última para abrir sua própria editora, nos anos 70, junto com Domingo Alzugaray, até então diretor financeiro da Abril, e Fabrizio Fazano. Com a Editora em ascensão e o apoio do influente amigo Rudi Crespi, cuja família era proprietária de parte das principais indústrias têxteis de São Paulo e muito bem relacionado no chamado “jet set” internacional, Luís Carta consegue os direitos de publicação da *Vogue* em português, algo que outras editoras já vinham tentando conseguir para o Brasil durante alguns anos. - Informações extraídas do site da editora Carta Editorial: <http://www.voguebrasil.com.br/site/> - acessado em abril de 2009.

fundada em 1995 e atualmente há treze anos no mercado, surgiu em uma fase mais recente do processo de segmentação, quando as características iniciais deste fenômeno são intensificadas e desenvolvidas. A partir dos anos 90, com a chamada globalização e o surgimento de novas mídias como a Internet e os programas de televisão especializados na casa e em decoração, as editoras sofrem com um aumento de concorrência. Além das vantagens específicas destas mídias frente à revista, há uma forte competição pela mesma temática da casa no mercado editorial nacional. Em resposta, ocorre uma ainda maior especialização e segmentação no mercado editorial, em particular no de revistas, como é o caso da *On Line*, que nasce estruturada em função dessa segmentação mais acentuada.

Atualmente uma das dez maiores editoras do país³⁰, a *On Line* cresceu apostando na segmentação do mercado e nas supostas (pelos editores e pesquisas de mercado) exigências do cliente. Assim, vem publicando uma série de revistas altamente especializadas em temas como: artesanato, beleza, moda, turismo, decoração, esportes, educação, culinária, entre outros. Sendo que para cada um destes temas edita diversas revistas específicas³¹. Sobre decoração, seu mais forte segmento de atuação, produz uma notável variedade de publicações que, apenas por seus títulos já é possível observar o grau de detalhamento que atingem, como é o caso das três publicações aqui analisadas: *Salas & Livings*, *Cozinhas & Salas de Almoço* e *Quartos & Closets*.³²

Os títulos de tais periódicos, anunciando diretamente tratarem de espaços físicos *delimitados* da casa, expressam claramente o nível de segmentação hoje presente no mercado editorial. Nesse sentido, apesar de *Casa Claudia* ser uma publicação que trata da esfera doméstica como um todo, observa-se que a Editora Abril procurou se adaptar ao processo mais recente e acentuado de segmentação. A Abril parece assim ter optado por manter o nome tradicional e já conhecido *Claudia*, e passar freqüentemente a publicar edições especiais, tais como: *Especial Casa Claudia*

³⁰ De acordo com dados disponibilizados no site da revista:

<http://loja.revistaonline.com.br/online/vitrines/info/empresa.asp> - acessado em abril de 2009.

³¹ Por exemplo, sobre o tema “Moda & beleza” publica as revistas: *Cabelo Curtos*; *Cabelos para Festas*; *Figurino Debutantes*; *Figurino Moda Senhora*; *Figurino Moda Festa*; *Figurino Tamanhos Grandes* e *Guia de Corte de Cabelos*. Sobre o tema “Plantas”, publica: *Guia de Flores*; *Guia de Hortas*; *Guia de Plantas em Casa*; *Guia de Plantas Medicinais*; *Guia de Rosas*; *O Mundo das Orquídeas* e *Guia de Florais*. Sobre o tema “Veículos”, publica: *Fusca & Cia*; *Vendo Autos*; *Automóveis Antigos*; *Salões de Automóveis*; *Salões de Moto* e *Opala & Cia*.

³² Vale citar outros nomes de publicações sobre o tema da decoração residencial da mesma editora: *Pisos & Revestimentos*, *Salas de TV*, *Banheiros & Lavabos*, *Pequenos Ambientes*, *Quarto dos Filhos*, *Casa & Ambiente Bebê*, entre outras.

Cozinhas, Casa Claudia Especial Varandas Pátios e Jardins, Casa Claudia Bebês, entre outros. Além de ter passado a publicar *Claudia Cozinha* mensalmente.

A despeito de suas particularidades, a simples manutenção tanto das publicações mais tradicionais aqui consideradas, quais sejam, *Casa Claudia* e *Casa Vogue Brasil*, quanto das mais recentes, como é o caso das revistas da editora *On Line*, nos seus nichos específicos de mercado no país é, em si, um dado que aponta para a relevância do estudo destas mídias específicas sobre a casa.

Portanto, antes de encerrar esta seção, vale mencionar alguns aspectos que contribuem para a compreensão da manutenção dessas publicações em circulação. Primeiramente, o espaço doméstico é historicamente associado à figura da mulher.³³ Nesse sentido, o veículo revista têm sido considerado, como nos mostra Mira (2001:43), a mídia mais feminina existente. De acordo com esta autora, “a ligação entre a revista e a mulher deve ser buscada no lar”(p.45). A revista se encaixaria, ainda, no cotidiano das mulheres sem prejudicar o trabalho doméstico. A este respeito, as mídias aqui analisadas são baseadas em uma grande presença de imagens em comparação a uma menor quantidade de textos. Considerada uma atividade de lazer, teoricamente, a leitura de uma revista de decoração pode acontecer em diversos locais e situações. Podendo ser interrompida e retomada a qualquer momento, possibilitando assim a realização de atividades paralelas. Tais características lhe confeririam uma flexibilidade em termos de local, tempo e modos de uso que certamente favoreceriam seu consumo por seu público alvo, predominantemente feminino.

Tal informação, vai ao encontro dos dados disponibilizados pelos *websites*³⁴ das revistas consideradas, que confirmam que seus públicos leitores são majoritariamente femininos: 65% no caso da *Casa Vogue* e 77% no caso de *Casa Claudia*, a editora *On Line* não disponibiliza tal informação, mas por se tratarem de publicações do mesmo segmento podemos considerar que o público leitor de *Salas &*

³³ Como nos mostra, por exemplo, o interessante estudo da historiadora Nicole Castan (1992) sobre a vida privada feminina, ao apontar como, desde a Idade Média, a mulher tem sua liberdade de circulação restrita ao espaço doméstico ou aos seus arredores. Segundo Castan, esta situação só veio a apresentar indícios de uma nova configuração no século XIX. Antes disso, a mulher era excluída da vida pública e de qualquer atividade que representasse o afastamento dos domínios das residências. Tradicionalmente responsável por funções domésticas como o exercício da maternidade, a mulher também deveria manter a honra e a boa reputação de sua pessoa e família ao se dedicar a estes quase que integralmente, é assim, a gestora do espaço doméstico. De forma similar, em seu estudo “A casa ou o mundo às avessas”, Pierre Bourdieu (2002) observa a nítida separação dos espaços por gênero, onde as mulheres da sociedade dos Kabila no norte da África são praticamente impedidas pelas regras sociais de saírem do espaço doméstico, o qual lhes pertence o domínio.

³⁴ http://www.voguebrasil.com.br/site/arquivos/midiakit/midiakit_casavogue.pdf?t=29562 e <http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=12> - consultados em abril de 2009.

Living's; Cozinhas & Salas de Almoço; e Quartos & Closets, também seja majoritariamente feminino.

Por outro lado, no caso brasileiro, as primeiras revistas especializadas na casa surgiram, ainda como edições especiais, na virada dos anos 1960 para os anos 70, momento este de importantes transformações do papel social da mulher. A crescente participação feminina no mercado de trabalho, o impacto do movimento feminista, a progressiva emancipação sexual, bem como a emergência da mulher como sujeito consumidor mais ativo e autônomo, colaboraram para uma alteração profunda na tradicional hierarquia de gênero.³⁵ Destinadas às mulheres de classe média e alta (tal como veremos adiante), muitas delas agora inseridas no mercado de trabalho e tendo que conciliar suas atividades profissionais com as domésticas, as revistas femininas daquele período iriam refletir os dilemas e as questões colocadas pelas novas configurações das relações de gênero.³⁶

Estas publicações desempenham, neste sentido, um papel facilitador das atividades domésticas diárias, contribuindo para a otimização do tempo de trabalho doméstico ao sugerir e orientar seus leitores sobre *como* desempenhar diversas atividades que fazem parte dos cuidados com os modos e do processo de gestão do lar moderno. Apresentam portanto, um caráter utilitário. Os editores de publicações majoritariamente femininas como as de decoração de interiores residenciais teriam acompanhado, desde então, tais transformações das relações de gênero e refletido os anseios e as necessidades de seu público alvo, garantindo assim, a permanência destes veículos midiáticos no mercado editorial nacional.

Discursos dissonantes sobre a construção do lar

Foram constatadas, deste modo, semelhanças e diferenças entre os três grupos de mídias selecionadas, as edições de *Casa Claudia*, as edições de *Casa Vogue Brasil* e as publicações da *On Line* Editora. Ao longo da análise mais atenta que se segue sobre o conteúdo destas revistas, buscarei apontar para aquilo que as relaciona por similitude

³⁵ Sobre tais transformações ver, entre outros, Celi Regina Jarcim Pinto. *Uma história do feminismo no Brasil*. São Paulo, Editora da Fundação Perseu Abramo, 2003; Elza Berquó “Arranjos familiares no Brasil: uma visão demográfica e Esther Ambuger “Diluído fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano” in Lília Moritz Swarcz. *História da vida privada no Brasil. Contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo, Cia das Letras, 1998 e Mary Del Priore (org.) *História das Mulheres no Brasil*. São Paulo, Contexto, 1997.

³⁶ Para uma análise específica do processo de inserção das mulheres no mercado de trabalho e suas consequências políticas e culturais ver C. Bruschini. “O trabalho da mulher brasileira nas décadas recentes”. *Estudos Feministas*, Rio de Janeiro, 1994, número especial.

ou distinção. O estudo sobre estas revistas aponta, ademais, para as variáveis gênero e classe social como importantes para a análise das mídias sobre casa e decoração.³⁷

Pude observar, assim, que a definição do *público alvo* é fator central na estruturação destas publicações. O tipo de discurso, anúncio, e representação gráfica e estética parecem ser orientados em função do público que se busca atingir. Ao analisar as edições de *Casa Claudia* nota-se, em comparação às edições das revistas *Casa Vogue Brasil* e as da *On Line*, que, nas primeiras, opera um discurso mais *informal* e *intimista*, no sentido de uma tentativa de aproximação com o leitor.

Direcionada para um público dividido entre as classes A (40%), B (41%) e C (16%),³⁸ o uso de uma linguagem mais direta e acessível contribui para a análise de que *Casa Claudia* procura atingir um público mais heterogêneo e menos especializado, como observado no vocabulário e no tom do discurso a seguir:

“Por que um rapaz solteiro precisa de um apartamento com três quartos? Essa foi a primeira pergunta que o arquiteto Marlon Gama fez ao iniciar seu projeto de reforma. Estava decidido: abriria um dos cômodos para a sala de estar e, assim, os amigos ganhariam mais espaço para se esparramar nas festas que gosta de promover” (*Casa Claudia*, outubro, 2005, p.90).

Já *Casa Vogue Brasil*, atinge, segundo dados fornecidos pelo site da própria revista, um público alvo dividido entre as classes A + B1 (73%) e B2 (27%), composto por arquitetos de interiores, designers, decoradores, profissionais liberais e o público em geral.³⁹ *Casa Vogue Brasil* trabalha, em comparação à *Casa Claudia*, com um discurso mais *elaborado*, e, tal como em *Casa Claudia*, utiliza um tom *intimista*, sugerindo proximidade com o leitor, como pode ser observado no seguinte trecho:

“Um dos maiores antiquários do país, o de Ana Luiza Wawelberg, aderiu às mídias mais modernas para apresentar seu acervo. Nos vídeos da internet é possível apreciar alguns detalhes dos tapetes orientais, móveis antigos, reproduções de peças

³⁷ Apesar do interessante estudo de Mira (2001:11) apontar para a existência de três categorias principais (gênero, classe social, e geração) para a compreensão das fronteiras entre os públicos leitores de revistas no século XX, considerarei aqui, dadas as restrições de tempo para a realização deste trabalho, apenas as categorias gênero e classe social.

³⁸ Dados disponibilizados pelo site da revista: <http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=12> - acessado em Abril de 2009.

³⁹ Website: http://www.voguebrasil.com.br/site/arquivos/midiakit/midiakit_casavogue.pdf?t=2793885 - acessado em Abril de 2009.

clássicas e almofadas. Os mais tradicionais podem visitar o showroom, no Jardim Paulistano, para sentir a textura das tapeçarias francesas, dos soumaks, ferraghas e persas, e se encantar com poltronas e cadeiras de espaldares clássicos e pés talhados à mão” (*Casa Vogue Brasil*, março, 2009. P.79).

Casa Vogue Brasil aparece assim, voltada para um público mais elitizado e específico que o de *Casa Claudia*. Finalmente, e de acordo com seu *website*, o grupo de publicações da editora *On Line* buscava atingir as classes A e B.⁴⁰ Apesar do site da revista não informar em porcentagens a divisão do seu público entre tais categorias, me parece que haveria uma distinção entre o nível sócio-econômico do público alvo dos três grupos de revistas analisadas na qual as publicações da *On Line* se encontrariam numa posição intermediária. Pois, vale dizer, que dentre as publicações analisadas, apenas em *Casa Claudia* e nas publicações da *On Line* encontramos matérias que tratam da problemática da falta de espaço. No entanto, tal temática é mais recorrentemente presente em *Casa Claudia* e há aqui, novamente, uma distinção entre a maneira como estas duas mídias lidam com esta questão marcada essencialmente pelo tipo de discurso mais direto e desvelado de *Casa Claudia* em relação às revistas da *On Line*. Considerando que a falta de espaço é um tipo de problema de moradia clássico enfrentado pelas camadas médias e populares, este fato aparece, assim, como um indicador de que *Casa Claudia* e as publicações da *On Line* se direcionam, de fato, para um público mais heterogêneo no sentido de atender a um leque mais amplo de camadas sociais que o de *Casa Vogue Brasil*. Os trechos a seguir exemplificam a abordagem de tal problemática do espaço doméstico nestas revistas:

“Para favorecer a circulação e a iluminação natural e ganhar a sensação de amplitude, a jovem moradora deste apartamento de 70 m2. topou unir as salas de estar e de jantar e a cozinha.” (*Casa Claudia*, novembro, 2005, p. 128, grifo meu), ou, “A cor branca está associada à imagem de limpeza. Ela é um excelente recurso quando se deseja criar a sensação de que os espaços são maiores.(...) O resultado são espaços belos e leves.” (*Cozinhas & Salas de Almoço*, ano 5, n.17, p.18, grifos meus), e “Dicas para pequenos espaços: Quanto maior a metragem, mais coisas se quer guardar. E, nos casos de pouco espaço, a ordem é ter apenas o

⁴⁰ De acordo com: <http://www.editoraonline.com.br/decoracao.shtm>

necessário? Entrevistamos alguns profissionais que nos apresentaram com dicas e projetos funcionais.” (*Quartos & Closets*, ano 8, n.29, p.34, grifos meus).

Além disso, ao sugerir soluções e dicas para esta questão, pode-se afirmar que as revistas da *On Line* e *Casa Claudia* procuram atender a uma forte demanda por diferenciação das classes médias. De um lado, fazer a casa parecer maior aproxima este setor das classes dominantes, que, tradicionalmente têm vivido em residências grandes e espaçosas. Assim, tais leitores se interessariam por matérias onde arquitetos e decoradores apresentam alternativas para fazer com que suas casas *pareçam* mais espaçosas, como as casas mais ricas, já que não possuiriam condições financeiras de viver em casas realmente maiores. Por outro, a idéia de viver em uma casa mais espaçosa, ou ao menos tentar que assim o pareça, afasta-as simbólica e esteticamente dos setores populares, com suas pequenas casas frente à idéia das amplas moradias das elites brasileiras, congestionadas e geralmente consideradas de mau gosto a partir de um sistema de juízo de valores que acaba por estabelecer uma “guerra de classificações” do espaço doméstico.⁴¹

Por outro lado, o uso nas publicações da *On Line* de um vocabulário não só mais *elaborado* que o encontrado em *Casa Cláudia*, mas também mais *técnico* que o encontrado em *Casa Claudia* e *Casa Vogue Brasil*, sugere que estas publicações pretendam atingir especialmente profissionais da área de decoração e fabricantes e revendedores de produtos específicos para os ambientes de que trata. Observa-se assim, que as revistas da *On Line* buscariam atingir um público um pouco mais elitizado em relação ao público de *Casa Claudia* no entanto, ainda mais *restrito* dado seu caráter aparentemente mais técnico. O emprego recorrente de *termos técnicos* que requereriam um conhecimento mais aprofundado sobre o vocabulário relativo ao campo profissional da arquitetura e decoração, tal como observado nos trechos a seguir, exemplifica tal constatação sobre as publicações da *On Line*:

“A passagem para a varanda é margeada por nichos feitos de gesso que receberam prateleiras de vidro. O projeto é finalizado

⁴¹ É por demais conhecida a generalizada redução dos espaços nos empreendimentos imobiliários mais recentes. A alta concentração de móveis, a falta de espaço suficiente para circulação e a sensação de “aperto”, o chamado congestionamento, no jargão arquitetônico, foi tradicionalmente associado às casas populares. Nos últimos anos, porém, tornou-se um problema também para as classes médias das grandes cidades, público alvo de grande parte destes novos empreendimentos, em geral apartamentos. Para uma análise do problema de congestionamento nas casas populares ver Folz, Rosana Rita. *Mobiliário na Habitação Popular. Discussões de alternativas para melhoria da habitabilidade*. São Carlos, RiMa: 2003.

por spots embutidos sobre a mesa de centro acompanhando o desenho das placas de mármore que revestem o piso”(Salas & Livings, nº17, p.35, grifos meus). Ou então, neste outro trecho da matéria “Tom Sobre Tom”, “No espaço para refeições, uma mesa em madeira formicada, encaixada na parede, exibe um painel de gesso pintado na cor verde. A iluminação é garantida por um pendente em metal branco e uma arandela no eixo do painel” (Cozinhas & Salas de Almoço, ano 8, n.29, p.24, grifos meus).

A recorrência de termos técnicos nestas mídias também pode ser entendida, ademais, como uma vulgarização de códigos, de um léxico de termos técnicos dos arquitetos onde, além de conferir legitimidade às revistas, o emprego de tal léxico funcionaria, ao mesmo tempo, como uma espécie de pleito pela sofisticação do leitor. Ao compartilhar com os seus leitores um vocabulário técnico e específico, as revistas da *On Line* consideradas elevariam seu leitores à condição de especialistas. Deste modo, ao possibilitar ao leitor a incorporação de um léxico especializado, estas mídias acabariam trabalhando para a constituição do seu próprio carisma social.

Estas revistas da *On Line* Editora parecem adotar, ainda, uma maior uniformidade, transmitida pela menor diversidade e quantidade de informação veiculada por página se comparado às outras duas revistas analisadas. Esta uniformidade também é observada no uso de um discurso mais homogêneo, que seria destinado a um público de profissionais da área de decoração.⁴² O uso nesta mídia de uma linguagem homogênea refletiria assim, sua tentativa de garantir o alcance de seu destinatário, pois estes se interessariam, teoricamente, por um veículo claro e objetivo.

Neste sentido, observa-se ainda que estas oferecerem em suas páginas mais espaço que *Casa Claudia* e *Casa Vogue Brasil* para a apresentação de projetos desenvolvidos por profissionais da área para as diversas mostras de decoração que ocorrem no país. Em geral, tais mostras funcionam como espaços para a articulação das redes de contato nesse campo profissional. No entanto, apesar de *Casa Claudia* não se declarar direcionada para profissionais especializados, arquitetos e designers são nela constantemente mencionados, pois estes conferem, tal como será desenvolvido adiante neste trabalho, legitimidade⁴³ e valor à mídia. Ademais, pode-se dizer que, dada da centralidade de *Casa Claudia* neste nicho de mercado, certamente

⁴² Não deixando de ser direcionada para um público de consumidores em geral, pertencentes às classes sociais A e B, tal como classificado pela Editora.

⁴³ A construção da credibilidade e legitimidade de discursos especializados em geral foi analisada por Marilena Chauí em seu artigo “O discurso competente” in *Cultura e Democracia. O discurso competente e outras falas*. São Paulo, Moderna, 1981.

esta é também referência importante para os profissionais da área de decoração, arquitetura, e design de interiores.

Tipos de publicidade nas revistas

Além da percepção da existência de distinções, mesmo que às vezes sutis, com relação à uma maior ou menor formalidade nos discursos, à existência ou não de um tipo de discurso mais intimista, ou em relação ao emprego de termos técnicos, pôde-se perceber, também, uma variação quanto ao *tipo* e a *quantidade* de anúncios dentre as publicações analisadas. Tal variação, também estaria relacionada, entre outros, ao público alvo destas diferentes mídias.

Nesse sentido, tanto *Casa Claudia*, quanto *Casa Vogue Brasil*, ambas mais abertas para o público em geral que as publicações da *On Line*, aparecem como veículos mais carregados de propaganda *explícita*. No grupo de revistas da *On Line*, o principal meio de divulgação da publicidade se dá através das próprias matérias. Antes de prosseguir, esclareço que, chamarei aqui, de propaganda *explícita*, o anúncio ou a publicidade em que se vê claramente tratar-se da divulgação de um produto e/ou marca através da compra de um espaço na revista, e propaganda *indireta*, será entendida pela divulgação de um produto ou profissional *através* das matérias da revista.

Deste modo, considerando as dez edições de *Casa Claudia* analisadas, constatou-se que nesta revista, com uma média de 215 páginas por edição, 22% destas são de anúncios *explícitos*, de páginas inteiras ou duplas, de empresas de produtos para a casa. Há ainda, em média, 10% do total de páginas ocupadas por anúncios menores, geralmente dois a quatro por página que se encontram concentrados nas páginas finais da revista. Assim sendo, tais edições contam com uma média total de 27% de páginas de propaganda *explícita* em relação ao total de páginas da revista.⁴⁴

Ao mesmo tempo em que diversas empresas anunciam em *Casa Claudia* através de publicidade paga, a aqui chamada publicidade explícita, outras divulgam seus produtos através das próprias matérias publicadas na revista. Nesse caso, as matérias funcionam como um meio através do qual se realiza a publicidade dos produtos ou trabalho de profissionais da área. A matéria, “Uma Sala, Duas Decorações” (junho, 2005 p.70-79), por exemplo, indica os nomes das lojas de onde os objetos selecionados para compor o ambiente aí apresentado provêm, sendo estas,

⁴⁴ Artefacto; Breton actual; Uniflex; Mundo do Enxoval; Donatelli Tecidos; Altemburg; entre outras, são exemplos de lojas e empresas que anunciam, através de propaganda explícita, em *Casa Claudia*.

Dpot, Herança Cultural, Laboratório da Luz, Blanc Casa, entre outras, divulgando assim, *indiretamente*, estas lojas. Pode-se dizer que tal tipo de divulgação é bastante freqüente em *Casa Claudia*, pois dentre o total de matérias dessas dez edições, 93% delas continham alguma forma de propaganda *indireta*.

Observou-se ainda que, dentre as matérias que contém propagandas *indiretas*, apenas 15% apresentam os preços dos produtos nelas expostos. Talvez, este recurso possa ser entendido como uma forma de se amenizar a imagem desta mídia como uma espécie de *catálogo de vendas*. Nesse sentido, vale notar que *Casa Claudia* conta com seções menores, como a chamada “Jornal de Casa” ou “Isto É prático”, entre outras, nas quais, ao apresentar ao leitor pequenos acessórios e utensílios domésticos através de textos sucintos em tom de curiosidades e *proximidade* com o leitor, quase sempre são divulgados os preços dos produtos, contribuindo, portanto, para a visão da mesma como um *catálogo de vendas*.

A presença de propaganda *explícita* também é encontrada em *Casa Vogue Brasil*. Nesta, uma média de 23% de suas 240 páginas são ocupadas por propaganda explícita de página inteira ou dupla. Ademais, em média 2% das páginas são ocupadas por anúncios menores (de ½ página, 1/3, ou ¼ de página) localizados nas últimas páginas da revista, totalizando assim, uma média de 25% do total de páginas da revista ocupada por propaganda *explícita*.⁴⁵ Da mesma forma como em *Casa Claudia*, também se encontra, em *Casa Vogue Brasil*, a divulgação de produtos, marcas, e trabalhos de profissionais da área de forma *indireta*, ou seja, através das matérias da revista, tal como observado no seguinte trecho, “Num patamar acima da elegância está a Mezanino, que defende a decoração inspirada no estilo e no uso versátil dos materiais. Há 22 anos, a loja multimarca leva aos consumidores de Belo Horizonte o móveis mais festejados do circuito nacional do décor (...)” (*Casa Vogue Brasil*, abril, 2009, p.117, grifos meus).

Constatou-se, a este respeito, que, em média, em 92% do total das páginas de matérias das edições de *Casa Vogue Brasil* analisadas contém propaganda *indireta*. Ademais, aqui, apenas 13% das matérias em que há divulgação *indireta* apresentam os preços dos produtos expostos, e, no caso, isto ocorre, em geral, em seções menores da revista, tal como as chamadas “Estilo”, “*Get the look*”, “Fala-se de”, entre outras, do mesmo modo, portanto, que em *Casa Claudia*.

⁴⁵ Artefacto Beach & Country; Kitchens; Wallpaper; Tânia Bolhões Home; Trouseau; Empório Beraldin; Iluminar; Luxafelx; Scatto Lampadário, entre outras, são exemplos de lojas e empresas que anunciam, através de propaganda explícita, em *Casa Vogue Brasil*.

Já as revistas da *On Line Editora*, possuem uma média total de 68 páginas, das quais 7%, em média, representam anúncios explícitos. Assim, se compararmos os 7% de publicidade explícita nas revistas da *On Line*, aos 27% e 25%, respectivamente, de anúncios desse tipo em *Casa Claudia* e *Casa Vogue Brasil*, pode-se dizer que há, nas mídias do primeiro grupo, uma proporção significativamente menor de propaganda explícita. Aqui, o principal meio de realização da publicidade é através das matérias. Em praticamente todas as páginas das revistas da *On Line* analisadas há a divulgação do(a) profissional responsável pela realização dos projetos de arquitetura ou decoração apresentados ou dos nomes das lojas de onde provém os objetos que compõem os ambientes mostrados. Nesse sentido, pode-se observar que, se as publicações da *On Line* se direcionam majoritariamente para profissionais da área de arquitetura, decoração e design de interiores, o que representa um mercado consumidor mais restrito inclusive em termos de número de leitores, provavelmente haverá menos anunciantes dispostos a pagar pela divulgação de seus produtos nestas revistas se comparado com, por exemplo, um anúncio em *Casa Claudia*, que terá um alcance muito mais amplo.

A análise dos tipos e quantidade de publicidade veiculada nessas mídias nos mostra como, acima de tudo, a presença de propaganda é ubíqua nestas revistas. Se a quantidade de publicidade *explícita* nas publicações da *On Line* (7%) é significativamente menor que a quantidade presente nas revistas da *Casa Claudia* (27%) e *Casa Vogue Brasil* (25%), por outro lado, em todas estas mídias, a publicidade aqui chamada de *indireta* é encontrada em mais de 90% das matérias. Ou seja, mesmo a publicidade aqui chamada de indireta é, de toda forma, publicidade. Apesar destas mídias utilizarem formatações que disfarçam o caráter propagandístico das suas matérias, o tempo todo observa-se uma publicidade do sistema de gostos, preferências, das opções, ainda que não haja a indicação de nenhuma loja.

Ademais, encontramos, nas últimas páginas de cada edição de todas as revistas analisadas, uma lista dos endereços das lojas citadas ao longo das matérias das mesmas. Em *Casa Claudia* esta seção chama-se “Onde encontrar”, em *Casa Vogue Brasil*, “*Casa Vogue* endereços”, e nas publicações da *On Line* “Onde encontrar” (tal como em *Casa Claudia*). Assim, o leitor não terá dificuldade em adquirir qualquer item de seu interesse. Estas seções de endereços contribuem ainda, para a imagem destas mídias como um tipo de *catálogo de vendas* de produtos e serviços.

Observa-se, a este respeito, a existência de uma hierarquia de divulgação nos espaços das revistas. De acordo com os *websites* das mesmas, há uma diferenciação de

preço cobrado por local de divulgação. Por exemplo, anúncios nas primeiras páginas são mais caros, e nas últimas, mais baratos. Baseada em estudos que apontam em que partes da revista o leitor presta mais atenção, tal hierarquia de espaços para publicidade acaba por revelar a hierarquia existente entre as próprias lojas e respectivas marcas, na qual aquelas que anunciam nas páginas mais caras costumam ser as de maior status no mercado e, conseqüentemente, as mais caras.

Todas estas mídias podem ser compreendidas, portanto, como uma espécie de *catálogo de vendas*. Vendem tanto objetos, bens, ou materiais para qualquer tipo de uso no espaço doméstico, quanto serviços de profissionais que trabalham com a decoração, reforma, ou alguma forma de intervenção na esfera doméstica através da divulgação de seus trabalhos e nomes nas revistas. As revistas realizariam um papel *intermediador*, entre produtores, revendedores, consumidores, e leitores. Assim, apesar de voltadas para determinado público alvo, estas mídias seriam veículos tão importantes, ou mais, para os seus anunciantes, que para seus leitores.

A propagação de normas sobre a conduta do leitor

Além disso, diversos motivos fazem com que a falta de tempo seja hoje um problema comum na rotina da maior parte das pessoas. Nesse sentido, ao oferecerem inúmeras dicas, sugestões e idéias sobre *como* organizar e decorar os espaços, quais objetos comprar, e como receber convidados adequadamente, pode-se dizer que as revistas dedicadas à casa aparecem como um *guia facilitador* das escolhas a serem feitas dentre os inúmeros objetos de consumo disponibilizados ao comprador pela indústria de bens de decoração residencial. Assumem assim, uma função de *orientação* sobre seus leitores, e acabam por exercer, portanto, um papel *normatizador* da conduta social a ser adotada.

A esse respeito, pude observar distinções sutis, no entanto significativas, quanto à *ênfase* e *forma* de tal discurso normatizador e orientador presente nos textos dos três grupos de publicações analisadas. Deste modo, em comparação à *Casa Vogue Brasil* e às publicações da *On Line*, *Casa Claudia* utilizaria um discurso mais *enfático*, clara e diretamente pronunciado, no sentido de sugerir a seus leitores quais seriam as escolhas mais adequadas para a decoração do lar, tal como exemplificam os seguintes títulos de algumas matérias de *Casa Claudia*:

“Você sabe escolher tapetes? Conheça os estilos, as proporções corretas e aprenda a combinar modelos diferentes” (*Casa Claudia*, junho, 2005 p.108, grifos meus), ou, “Curso de Decoração: Seis lições com dicas valiosas para você aprimorar o visual da sua casa” (*Casa Claudia*, outubro, 2008, p.179, grifos meus), ou então, “Sofá + Tapete + Cortina: Nossos editores desvendam o segredo para acertar na combinação” (*Casa Claudia*, março, 2009, p.54, grifos meus), ou, “Como Comprar Obras de Arte” (*Casa Claudia*, junho, 2005 p.156), e, “Ordem e Beleza nas Áreas de Serviço: três lavanderias organizadas e bonitas e dez sugestões de acessórios” (*Casa Claudia*, julho, 2006, p.108, grifos meus), entre outros.

Já *Casa Vogue Brasil* e as publicações da *On Line* não utilizariam um discurso orientador da conduta deliberadamente pronunciado, como pôde-se observar, o faz *Casa Claudia* recorrentemente. O tipo de discurso empregado em *Casa Vogue Brasil* seria mais *sutil*. Neste sentido, parece-me aqui, que, novamente, é a definição do público alvo que orienta e diferencia os discursos adotados pelas publicações analisadas.

Tal como anteriormente mencionado, o público leitor de *Casa Vogue Brasil* seria mais elitizado⁴⁶ que o de *Casa Claudia*. Se dividiria, poderíamos dizer, entre as classes média-alta e as elites. Com isto em mente, os editores de *Casa Vogue Brasil* pressuporiam assim, que parte significativa de seus leitores, aqueles, segundo Bourdieu (2002)⁴⁷, detentores do capital cultural legítimo, já familiarizados desde os primeiros anos da educação familiar com os atributos do gosto dominante, não necessitariam de instruções sobre como escolher, combinar, ou compor ambientes de interiores residenciais. Descendentes da chamada elite tradicional brasileira, estes já teriam tais

⁴⁶ De acordo com informação fornecida pelo site da revista, já anteriormente mencionado neste texto, seu público leitor divide-se entre as classes A + B1 (73%) e B2 (27%), o que permitiria generalizar o perfil deste público leitor como “classes média-alta e elites”.

⁴⁷ As análises de Pierre Bourdieu expressas em *Distinção: A Crítica Social do Julgamento* aqui utilizadas, baseiam-se em sua pesquisa empírica junto à sociedade parisiense. Em tal estudo, Bourdieu define três categorias de classes sociais encontradas nessa sociedade, a burguesia parisiense, a pequena burguesia, e a classe trabalhadora, que, não necessariamente, são encontradas da mesma forma na realidade brasileira contemporânea. Apesar das diferenças entre as respectivas realidades, me parece adequado utilizar, neste trabalho, alguns dos conceitos teóricos elaborados por este autor. Assim, procurarei, quando parecer necessário, farei as ressalvas necessárias de modo a ajustar as diferenças entre as definições.

noções incorporadas pelas disposições do *habitus* relativo à sua posição social.⁴⁸ Ademais, talvez os editores destas revistas acreditem não ser de bom tom sugerir, ao menos deliberadamente e a esta parte de seus leitores, que estes não possuam o domínio seguro de tal habilidade prática.

Por outro lado, nem todos os leitores de *Casa Vogue Brasil* pertenceriam às chamadas classes superiores *tradicionais*. Assim, nem todos teriam tal segurança e o conhecimento apropriado para decorar e escolher os bens e objetos de suas casas de acordo com o gosto dominante por conta própria. Para estes, as dicas, sugestões e orientações fornecidas pelas revistas seriam bem-vindas. Deste modo, ao utilizar um discurso mais *sutil* e sugestivo, *Casa Vogue Brasil* contemplaria os interesses de seus diversos perfis de leitores, sejam as elites tradicionais, sejam os chamados “novos-ricos” e as classes média-alta, tal como expressam os seguintes títulos de algumas de suas matérias:

“Art déco, design e materiais preciosos: peças-chave para um *look* modernista sofisticado, nada radical, sem purismos, à moda da casa do costureiro Jacques Doucet”(*Casa Vogue Brasil*, agosto, 2006, p.158, grifos meus); ou, “Luxo sem fronteiras: embarque na estética exótica de Mianmar, Bornéu e Síria”(*Casa Vogue Brasil*, novembro, 2007, p.1); e “Veredas venezuelanas: Propriedade histórica do século 18 na América Latina, a Fazenda Anauco é um luxo em todos os detalhes, refletindo o chic dos primeiros habitantes da Venezuela”(*Casa Vogue Brasil*, abril, 2009, p.162); e, “Cama e banho: A inseparável dupla azul e branco eterniza o romance e inspira o amor do dia-a-dia na cama e banho!” (*Casa Vogue Brasil*, março, 2009, p.215), entre outros.

Ademais, as revistas *Casa Vogue Brasil* aparecem como mídias menos instrutivas no sentido de ensinar *como* fazer, e mais *informativas*, no sentido de manter seu público leitor atualizado tanto sobre os acontecimentos e as novidades relativas ao mundo da decoração, quanto sobre assuntos correlatos à decoração, como arquitetura e moda. De acordo com Bourdieu, seriam assim mídias voltadas mais para os herdeiros

⁴⁸ Em suma, segundo Bourdieu (2002), a prática da ação social corresponderia ao *habitus* relativo à posição ocupada no espaço social. Ou seja, a forma como os indivíduos regem suas vidas e as escolhas que fazem, resultariam também das condições objetivas às quais estariam submetidos. Estas condições, segundo este autor, apresentariam uma série de condições de existência pré-determinadas por fatores sócio-econômicos. Fatores estes que gerariam, também, distinções simbólicas relativas ao gosto, à estética e à ética, e que agiriam em conjunto e se traduziriam no *habitus* das classes sociais.

de um conjunto de repertórios culturais relativos à classe dominante do que para os recém-chegados nesta classe, tal como expressam os seguintes trechos:

“A Maison & Object, em Paris, é a feira mais badalada em indicada da Europa para pesquisar tendências e encontrar novidades do décor e design. Confira os lançamentos!”(*Casa Vogue Brasil*, abril, 2009, p.46, grifos meus), ou, “Xícara Chic: Marcelo Rosenbaum não dá ponto sem nó. Que o diga quem viu o lounge da WGSN decorado pelo arquiteto na São Paulo Fashion Week.”(*Casa Vogue Brasil*, agosto de 2006, p. 18, grifos meus), e, “Especial Giro da Decoração: Carolina Maluhy & Cris Barros, arquiteta e fashionista no rastro das novidades em sampa”(*Casa Vogue Brasil*, novembro, 2007, p.111, grifos meus), ou, “Poesia concreta e moderna: Um dos grandes gênios do desenho industrial do século 20, Achille Castiglioni é homenageado com a abertura do seu ateliê ao público” (*Casa Vogue Brasil*, agosto, 2006, p.40, grifos meus); e “Banquete arquitetônico: Projeto da Forneria San Paolo, temperado pela imaginação de Marcio Kogan, tem um visual de se devorar com os olhos” (*Casa Vogue Brasil*, abril, 2009, p.59).

Já o fato das publicações da *On Line* serem voltadas para um público mais elitizado (nesse sentido semelhante ao de *Casa Vogue Brasil*), mas, predominantemente composto por profissionais da área de decoração, design, e arquitetura, que buscariam nestas revistas idéias para seus projetos, informações sobre novos modelos de mobiliário e lançamentos de materiais de trabalho, entre outros, explicaria porquê o discurso adotado por estas revistas é mais *direto* e *enfático*, aproximando-se, nesse sentido, do tipo de discurso encontrado em *Casa Claudia*. Por outro lado, como anteriormente apontado, as publicações da *On Line* utilizam um vocabulário mais *técnico*, o que faria com que estas mídias transmitam a impressão de serem mais *sérias* e formais que *Casa Claudia* e *Casa Vogue Brasil*, tal como exemplificam os seguintes trechos:

“Quer ganhar espaço? O branco ainda é a melhor opção” (*Cozinhas & Salas de Almoço*, ano 5, n.17, capa), ou, “Beleza translúcida: Para quem procura uma composição leve, moderna e arrojada, as peças de acrílico, resina e policarbonato são opções

ideais. Confira alguns objetos que vão fazer do seu ambiente um lugar cheio de luz, cor e estilo” (*Salas & Livings*, ano 9, n.31, p.6), e, “Closets: quer manter esse espaço sempre organizado? Veja o que os arquitetos propõem em cinco projetos” (*Quartos & Closets*, ano 8, n.29, p.72), ou “Salas de almoço: O conceito ganha força em modernos projetos e estimula a convivência da família” (*Cozinhas & Salas de Almoço*, ano 7, n.27, p.46), entre outros.

A análise dos discursos empregados por tais revistas aponta para as sutis e significativas distinções que as singularizam e possibilitam sua permanência no competitivo e segmentado mercado editorial nacional. No entanto, apesar de suas distinções, todas as publicações consideradas, cada uma à sua maneira, apresentam ao leitor conceitos sobre estética, organização, e usos dos espaços domésticos. Tais conceitos, em conjunto, funcionam como *modelos* propagadores de noções *normatizadoras*. Pode-se dizer, nesse sentido, que estas noções normatizadoras podem influenciar e incidir sobre os modos de vida de seus leitores, ao impor modelos e padrões de gosto e de organização dos espaços vividos.

Outra observação comum aos três grupos de revistas aqui analisados diz respeito à importância da visualidade. Praticamente todo o conteúdo escrito dessas revistas está baseado nas suas respectivas imagens. As mídias consideradas são, portanto, eminentemente visuais. Nesse sentido, nestas, a questão estética, a qualidade e diagramação das imagens impressas, e seu potencial em captar a atenção do leitor são centrais. Está assim, na capacidade de sedução das imagens veiculadas nestas revistas grande parte de seu potencial de venda, objetivo último das mesmas. Nestas mídias, o discurso escrito é afirmado e comprovado pelas imagens. É também, e fundamentalmente, através das capacidades expressivas das imagens aqui veiculadas que as noções normatizadoras sobre a conduta seriam inculcadas.

Expressões de estilos de vida

Ademais, ao oferecerem dicas, sugestões e idéias sobre como organizar os bens nos espaços residenciais, quais objetos escolher e comprar, ao orientar o leitor sobre a combinação dos estilos, cores e tamanhos dos móveis, tapetes, luminárias, tecidos, etc., e ao fornecer recomendações sobre reformas e como receber convidados adequadamente, todas as publicações analisadas aparecem como veículos voltados para

a propagação e divulgação de estilos de vida. A idéia de estilo de vida é explorada por todas estas mídias. Aqui, a noção de estilo de vida aparece como um *recurso* utilizado pela indústria produtora dos bens divulgados nas revistas para promover a venda de seus próprios produtos.

Muito utilizada na área de marketing, a noção de estilo de vida é cada vez mais desdobrada em sub-estilos de vida mais específicos que, por sua vez, possibilitam o aparecimento de novos nichos de mercado. Tanto as revistas sobre a casa analisadas, quanto os anúncios publicitários nelas veiculados, são elaborados com base em classificações dos estilos de vida dos consumidores que lhes são lucrativos.

Tais classificações são orientadas, de acordo com Mira (2001:192), por técnicas de pesquisas de mercado, como a chamada *values and life styles*, que combina informações demográficas (sexo, renda, nível educacional), hábitos de compra, auto-imagem, e aspirações. Estas pesquisas buscariam, segundo a autora, “captar as expectativas de um determinado grupo, portador de certo estilo de vida, e devolver-lhe isso em forma de mercadorias a serem consumidas.” (p.192). Deste modo, os estilos de vida divulgados nas mensagens e imagens das revistas analisadas contribuiriam para justificar a criação de *necessidades de consumo*.

A realização destes estilos de vida aparece associada à *aquisição* dos bens veiculados nestas mídias, ou seja, condicionada à *capacidade de consumo* dos sujeitos, pois praticamente em todas as páginas destas revistas há algum tipo de divulgação, promoção, ou venda de produtos ou serviços destinados à esfera doméstica. Desde as propagandas publicitárias aos diversos tipos de matérias, a propaganda é explícita nestas mídias, que aparecem portanto, como verdadeiros *catálogos de venda* de produtos, marcas, e serviços de profissionais especializados.

De acordo com a abordagem de Bourdieu (2002), a elaboração de conceitos de estilos de vida estaria diretamente relacionada à criação de novas formas de *distinções* sociais. Assim, todos os atos que produzem classificações estariam, na realidade, reproduzindo um certo sistema de relações de classe.⁴⁹ Maneiras de formular preferências, e de fazer distinções, seriam, segundo o autor, melhor compreendidas como *estratégias* de distinção.

Pode-se afirmar ainda, que os três grupos de publicações analisadas divulgam ideais de estilos de vida relativos aos modos de vida das classes sociais

⁴⁹ Um exemplo da criação de formas de distinção pode ser observado na informação trazida pela seguinte nota do jornal Folha de S.Paulo de 07/02/2009, “Mas que Facada: Butique de facas tem objetos de desejo a preços afiados”. Trata se do lançamento da recém-aberta “superloja” (na Rua Oscar Freire, 578) de facas da marca alemã Zwilling, onde cada uma custa entre 100 e 500 reais.

economicamente dominantes. Apesar de parte do público alvo destas revistas ser composto pelas classes médias e média-alta de acordo com os dados disponibilizados pelos *websites* das revistas,⁵⁰ praticamente todos os interiores residenciais nestas divulgados são decorados com bens de alto, ou altíssimo, valor aquisitivo. Ao apresentar decorações relativas ao estilo de vida das elites econômicas as imagens destas publicações acabam por produzir um efeito de elevação sobre o seu leitor, que, ao acessar esta realidade através das revistas, entrariam em contato com os modos de vida das classes superiores. Os trechos a seguir exemplificam o nível do custo das peças divulgadas nessas revistas:

“Com corpo escultural de 1,80m e foco de luz abrangente, a coluna *Sheer* conquistou o primeiro lugar no Prêmio Abilux 2008, em São Paulo. De acrílico transparente e latão cromado, a peça de Toni Dias está à venda na Allight por 4.083 reais” (*Casa Claudia*, outubro, 2008, p.36, grifos meus), ou “A banquetta Flor (R\$4.860), de latão fundido, é uma das mais divertidas da nova florada da Esther Giobbi” (*Casa Vogue Brasil*, março, 2009, p.24, grifos meus), ou “Jogo de cama Di Polazzo, 100% algodão, percal 320 fios. (...), R\$997, na Blue Gardênia” (*Quartos & Closets*, ano 8, n.29, p.25, grifos meus), entre outros.

Assim, os interiores veiculados nestas revistas se identificariam com as casas das elites e, em alguns casos em *Casa Claudia* e nas revistas da *On Line*, se identificariam com casas das classes média-alta. Muito dificilmente encontraríamos, me parece, todos os espaços e cômodos das casas de membros das classes médias, por exemplo, decorados com bens de tais valores, marcas, ou confeccionados por designers mencionados nestas revistas. Não pude encontrar, por exemplo, nenhum item das lojas Casas Bahia ou Marabraz, sendo divulgado nestas mídias.⁵¹

⁵⁰ Segundo dados disponibilizados pelo site da revista (<http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=12> - acessado em Abril de 2009) *Casa Claudia* é direcionada para um público dividido entre as classes A (40%), B (41%) e C (16%); já *Casa Vogue Brasil*, atinge, segundo dados fornecidos pelo site da própria revista (Website: http://www.voguebrasil.com.br/site/arquivos/midiakit/midiakit_casavogue.pdf?t=2793885 - acessado em Abril de 2009), um público alvo dividido entre as classes A + B1 (73%) e B2 (27%); e finalmente, de acordo com seu *website* (<http://www.editoraonline.com.br/decoracao.shtm>), o grupo de publicações da editora *On Line* buscaria atingir as classes A e B.

⁵¹ A Casas Bahia e as Marabraz representam talvez as duas mais conhecidas redes de lojas nacional de móveis e utilidades domésticas aonde consomem as classes populares e médias brasileiras.

Ao associar a idéia de estilo de vida à posse de bens financeiramente inacessíveis à maior parte da população brasileira e também financeiramente onerosos para parte considerável de seus próprios leitores, estas revistas acabariam transportando, segundo Bourdieu, a luta de classes para o plano simbólico como uma luta de classificações. As noções de estilo de vida utilizadas por estas publicações estariam assim, relacionadas à uma lógica de mercado operando por detrás das matérias. No entanto, observa-se que tais revistas submetem seus leitores aos interesses desta lógica de mercado porque, certamente, estas também se encontram submetidas à esta mesma lógica. Os trechos e enunciados de algumas matérias a seguir apresentados exemplificam as maneiras como as revistas analisadas exploram diversos conceitos de estilos de vida:

“Jantar em versão *hi-tech*. As linhas retas predominam nesta sala e transmitem a idéia de modernidade, presente do teto ao chão no projeto de Ana Cecília Toscano e Andréa Bijarra. O grande espelho que toma a parede frontal da sala de jantar, de pronto, destaca-se no ambiente projetado para um casal jovem. Ambos desejavam uma decoração moderna e que primasse pela funcionalidade e o total aproveitamento do espaço. No teto, a luminária italiana com contornos sinuosos acena com os primeiros toques de modernidade que permeiam todo o projeto (...)” (*Salas & Livings*, ano 5, n.17, p.52, grifos meus).

Este projeto criaria, portanto, um ambiente em estilo moderno, definido pelo uso de linhas retas, funcionalidade, e objetos de design como a luminária italiana, entre outros, para caracterizar o estilo de vida de um casal jovem. Tais abordagens dos estilos de vida também poderiam ser lidas como reconversões do capital econômico em capital simbólico. Haveria uma transfiguração social na idéia de estilo de vida reforçada pelas revistas, uma operação de mágica, observada na ação aparentemente desinteressada das estratégias imaginárias criadas pelo mercado editorial. Ao sugerir e orientar a escolha de consumo de seus leitores, as mídias investigadas estariam contribuindo para a formulação de preferências e para a produção de *distinções sociais*⁵² expressas no plano simbólico da casa. Este outro trecho de uma matéria de *Casa Claudia* também exemplifica o uso da idéia de estilo de vida:

⁵² Para Bourdieu (2002), as distinções se dividem ao longo de um eixo correspondendo à aquilo entre o vulgar de um lado, e o raro e fino de outro. Assim, a legitimação das frações de classes dominantes é vista e realizada em preferências por uma ampla variação de itens, tal como apreciar culinária sofisticada, música clássica, a frequência a museus e galerias de arte, etc. A retórica destas preferências

“Levou anos e anos, mas na virada dos 50, depois de uma vida de muitas reviravoltas, a artista plástica carioca Pinky Wainer finalmente conseguiu realizar seu desejo: morar do jeito que gosta. Levantando tarde, tomando o café da manhã com todas as delícias do mundo, andando descalça, lendo seus livros, trabalhando em casa (...). Para transformá-lo num lugar que tivesse seu jeito, era preciso encontrar um arquiteto que soubesse entender seus sonhos e seu modo de vida. (...)” (*Casa Claudia*, junho, 2005, p.107, grifos meus)

Esta matéria trabalha assim, com a idéia de estilo de vida de uma artista plástica, e aponta para objetos como cadeiras, mesas e fotografias presentes nesta residência indicando suas marcas ou lojas aonde foram e podem ser encontrados e associa-os ao estilo de vida da artista, tal como na seguinte frase da mesma matéria:

“(...) ergonômica, a cadeira *Aeron* (Forma [nome da loja aonde foi comprada]) foi presente da mãe, Danusa Leão.” (p.102), ainda na mesma matéria, “Ser chique é isso: trabalhar numa mesa *Saarien* original, comprada na França – no tempo em que a família ficou exilada em Paris.” (p.103), entre outros.

Observa-se neste trecho, ademais, uma *tensão* entre a padronização dos modos de vida e a individualização operando na elaboração das noções de estilo de vida. Já a narrativa a seguir, busca caracterizar o estilo de vida que chama de “simples e natural”:

“Casa natural. Madeiras rústicas, pedras sem polimento, tecidos orgânicos e fibras estão em alta – foi o que pudemos constatar em várias mostras Casa Cor pelo Brasil este ano. A tendência, que une as linhas retas da estética contemporânea com a textura acentuada dos materiais naturais, vem da Europa e revela o desejo de trazer a natureza para o dia-a-dia da casa. Uma tentativa de tornar a vida mais simples, prazerosa e agradável aos sentidos, como queria o morador deste apartamento em São Paulo” (*Casa Claudia*, novembro, 2005, p.109, grifos meus).

não apenas simplesmente nomearia aquilo que seria de “boa” qualidade, mas identificaria o que é melhor precisamente como aquilo que se situa à maior distância possível da vulgaridade das massas.

Arquitetos, designers e decoradores: a legitimidade do profissional

Outro aspecto notável, é a ênfase na citação dos nomes dos arquitetos, designers e decoradores de interiores responsáveis pela execução dos trabalhos mencionados nas revistas. A presença recorrente destes profissionais nestas publicações representa não só uma maneira de divulgação de seus próprios serviços, contribuindo assim para que faturem novos trabalhos, mas trata-se, também, de uma forma de se conferir *legitimidade* às mesmas. Tais profissionais desempenhariam aqui, segundo Bourdieu (2002), o papel de intermediários culturais. Socialmente reconhecidos pela detenção de um certo saber técnico ou capital cultural específico que lhes asseguraria desenvoltura e credibilidade frente às suas escolhas e práticas profissionais, a presença desses intermediários culturais nestas revistas acaba por *legitimar* as mensagens e informações por estas transmitidas.

Nota-se também, que as revistas analisadas incorporam figuras famosas, como atores da mídia televisiva, artistas plásticos e empresários em suas matérias como mais uma maneira de agregar prestígio e legitimidade, tal como observado nos trechos a seguir:

“Para fugir do dia-a-dia agitado de São Paulo, a apresentadora Adriane Galisteu investiu nesta cobertura com vista para algumas das melhores atrações do Rio de Janeiro. Apaixonada pelo astral da cidade, ela fez questão de trazer o clima descontraído e refinado dos cariocas para a decoração, que foi confiada ao arquiteto e amigo Roberto Migotto” (*Casa Claudia*, novembro, 2005, p. 83, grifos meus), ou em, “A Casa dos Artistas: Com projeto do lendário Donald Wexler, a casa modernista criada para uma estrela foi repaginada pelo arquiteto D. Crosby Cross e está pronta para o século 21” (*Casa Vogue Brasil*, agosto, 2006, p. 144, grifos meus), e, “Chão de estrelas: Nos contornos de Belo Horizonte, a arquiteta Cristina Menezes, acompanhada da empresária Ana Birmann, revela alguns dos endereços mais bacanas da decoração na cidade” (*Casa Vogue Brasil*, novembro, 2007, p. 160, grifos meus), ou, “Conceito de *loft* em atmosfera oriental: O arquiteto Fernando Poralla e o designer de interiores Victor Polon ousaram ao projetar o dormitório integrado à sala de banho da suíte e ao jardim, que atravessa os três pavimentos da

casa. Vanguardistas, os autores do projeto também garimpavam novidades em iluminação e revestimentos para conjugar os elementos com peças centenárias de família” (*Quartos & Closets*, ano 6, n.23, p. 20, grifos meus), entre outros.

Ainda a respeito do papel dos arquitetos, decoradores e designers que conferem legitimidade à estas mídias, observa-se que os mesmos elaboram e sugerem decorações, reformas, e renovações estéticas de interiores que são altamente dispendiosas. Os móveis e adereços que compõem os ambientes criados por esses profissionais e que são divulgados nas matérias das revistas provém de lojas consideradas de alto padrão, cujos objetos estão dentre os de mais alto custo disponível no mercado de bens para o lar. Deste modo, estes profissionais também aparecem nestas revistas como *agentes* da construção de *ideais de decoração residencial e de estilos de vida* relativos às classes *economicamente dominantes*.

Relações e comparações entre a casa vivida e a casa nas revistas

Passo a seguir, tal como mencionado no início deste capítulo, a uma análise comparativa entre os resultados da pesquisa feita sobre as revistas de decoração de interiores, e algumas constatações relativas aos modos de vida das elites paulistanas que puderam ser observadas através das entrevistas com os moradores e da observação direta dos interiores de suas residências.

Um primeiro apontamento, diz respeito ao *consumo* destas publicações. Apesar de sessenta por cento dos entrevistados afirmar consumir algum tipo de revista de decoração, há uma variação significativa entre os motivos pelos quais estes as consomem, entre a frequência de consumo, e entre quais revistas consomem. Espera-se então, dar conta tanto da complexidade dos motivos e modos de consumo destas mídias, quanto dos motivos pelos quais os quarenta por cento restantes não as consome.

Deste modo, dentre aqueles que as lêem, há os leitores assíduos, alguns inclusive assinantes, e há os que as consomem apenas esporadicamente. Há ainda, entre os leitores, aqueles que lêem apenas revistas estrangeiras, e outros que preferem determinadas revistas nacionais. Iniciaremos analisando os discursos dos leitores, e,

em seguida, os dos não leitores. Seguem abaixo alguns trechos das entrevistas com moradores⁵³ que lêem estas revistas onde estes justificam os motivos que os levam a consumir este tipo de publicação:

“Eu gosto de ver revistas bonitas. Eu gosto da... Casa Claudia, um pouco Arquitetura & Construção... tem umas que eu não gosto. Eu não gosto de Casa Vogue, eu acho que não tem nada lá que eu... me sentiria com vontade de comprar, ou porque é muito caro, ou porque é exclusiva... eu não tenho boas... não tenho boas idéias dessa revista. Tem uma outra... não sei acho que chama Casa & Jardim, depende, `as vezes eu vou na banca e tem uma foto bacana que tá me interessando... mas eu não compro muito, eu compro quando eu viajo.” (Lia, Pacaembu, grifos meus)

“Eu assino a Casa Claudia, a Casa Vogue, a Viver Bem eu não gosto mais, mas a Casa Claudia eu assino há anos, a Casa Vogue eu também assino há anos, e agora a Casa & Jardim tá muito boa. Fora isso eu compro muita revista importada, as americanas, as francesas...” (Deise, Higienópolis, grifos meus).

Já os moradores abaixo, um casal de jovens recém-casados, informaram o seguinte quando perguntados em quais lojas compraram seus móveis:

“A gente procurou a gente mesmo muita coisa, fomos procurar no D&D [shopping], na [Av.] Gabriel Monteiro da Silva... É, mas por exemplo, na época que a gente tava montando, a gente comprava muita revista, e lá na revista já tem a loja, né, então a gente já ah, então vamos nessa loja visitar e tal... e várias coisas a gente copiou da loja...” (Bernardo e Natalia, Brooklin, grifos meus)

Quando perguntados quais revistas compravam, os mesmo moradores (acima) responderam: “na Casa Claudia, Arquitetura & Construção e Casa & Jardim, basicamente essas”. E em seguida lhes perguntei: “E agora que vocês já terminaram de

⁵³ Os nomes de todos os moradores entrevistados para esta pesquisa foram substituídos por nomes fictícios de modo a preservar suas identidades reais.

montar o apartamento, vocês continuam comprando essas revistas?” E as respostas foram: “Eu adoro” e “Eu também”. Outra moradora, que disse ler *muito* estas revistas de decoração, respondeu o seguinte quando perguntei de quais revistas ela gostava:

“Eu gosto das francesas, aquela *Cote Sur*, a revista americana... em geral eu gosto mais de revista estrangeira. Num vejo assim, tipo... revista nacional eu num vejo muito.” (Heloísa, Morumbi, grifos meus)

Obtive resposta similar de outra entrevistada, uma senhora de 81 anos:

“Lia muito, lia muito. Mas eu gosto das estrangeiras, as nacionais são péssimas...(...) porque as estrangeiras, cê pega uma revista estrangeira, ela dura vinte anos, e as nacionais, logo ficam fora de moda, sabe? (...) As estrangeiras tem a *Art et Décoration*, francesa, tem a *House & Garden*, a *House Beautiful*... sabe? Tem umas inglesas, umas americanas, outras francesas... agora as brasileiras não são grande coisa não... elas tem umas casas bonitas, que aparecem, né, mas, a gente precisa, se apoiar, né, também eu tenho livros, que eu fui vendo, comprando, a gente tem que... que saber, né?” (Maria Célia, Jardim Paulistano, grifos meus)

Outra moradora, que afirmou gostar bastante de ler revistas de decoração, descreveu da seguinte maneira a frequência, modo e finalidade de seu consumo deste tipo de publicação:

“Ah, eu não leio muitas, mas acho que a que talvez eu mais lia era a *Casa Claudia*, aquela... é... (...) De vez em quando eu compro, porque, por exemplo, se eu vou pra praia, e eu quero uma revista pra descansar, e ler, é essa revista que eu compro, de casa. Eu não compro... Caras, não compro... a minha revista pra... é um descanso, assim eu ler uma revista de decoração, mesmo que eu não esteja procurando, eu curto ver, curto ver as cores, curto ver o... qual que é... o que que tá acontecendo assim no momento, entendeu? Quais são as idéias, sabe? Como aproveitar isso, como

aproveitar aquilo... eu adoro ler revista de decoração.” (Vivian, Morumbi, grifos meus)

Observa-se aqui, acima de tudo, uma diversidade de relações estabelecidas pelos leitores entrevistados com as revistas de decoração de interiores residenciais em geral. Esta diversidade indica um alto grau de complexidade nesta chave de análise. Como veremos adiante, tal diversidade de relações aparecerá associada aos distintos perfis sociais dos moradores entrevistados. Os discursos acima resvalam, ainda, na questão da segmentação do mercado editorial anteriormente desenvolvida, dada a clara preferência dos entrevistados por determinadas publicações específicas.

Dois dos moradores entrevistados, Lia e Vivian, afirmaram consumir este tipo de revista esporadicamente, no intuito de se distraírem com algo que seria agradável, algo que trata-se, para estas, de uma atividade de lazer: “uma revista pra descansar”, para ler durante viagens de lazer, quando se quer: “ver revistas bonitas”. Os usos que estas leitoras fazem destas mídias se relacionam à análise apresentada no início deste capítulo sobre a importância da capacidade de sedução das imagens veiculadas nestas revistas. Tais leitoras confirmam em seus discursos que as consomem pelo prazer em olhar a revista, ver coisas bonitas, trata-se assim, de uma mídia para qual a capacidade de atração visual é essencial.

Por outro lado, para outros entrevistados, tal como o casal Bernardo e Natalia, e a moradora Vivian, o consumo de revistas de decoração se dá com o intuito de obtenção de *orientação* no mercado de interiores. Tal como diz um dos membros do referido casal: “na época que a gente tava montando [o apartamento], a gente comprava muita revista, e lá na revista já tem a loja, né, então a gente já ah, então vamos nessa loja visitar e tal” (grifos meus), já a moradora Vivian, diz: “eu curto ver o que que tá acontecendo assim no momento, entendeu? Quais são as idéias, sabe? Como aproveitar isso, como aproveitar aquilo...” (grifos meus). Os discursos destes moradores nos mostram assim, que a leitura de tais publicações representa uma fonte de *idéias* e *sugestões* para a realização da decoração de suas próprias residências. Tal constatação, vale dizer, está de acordo com as análises anteriormente apresentadas a respeito da função de *orientação* exercida por estas mídias sobre seus leitores.

Observa-se também, que para alguns leitores entrevistados o consumo destas revistas se daria apenas pelo interesse em se manterem atualizados, ou seja, um consumo motivado pela *atualização* de seus conhecimentos, informações, e repertórios relativos ao mundo da decoração de interiores. Apesar de aparentemente dispensarem a

função de *orientação* simbólica oferecida por essas revistas, ainda sim, este tipo de leitor consumiria estas revistas como uma fonte tanto de atualização e informação das tendências neste segmento, dos períodos em que acontecerão as feiras e eventos de decoração⁵⁴ no país e no mundo, entre outras informações consideradas relevantes. Este parece ser, por exemplo, o caso da moradora Maria Célia, ao afirmar que: “a gente precisa se apoiar, né, também eu tenho livros, que eu fui vendo, comprando, a gente tem que... que saber, né?” (grifos meus).

Já as moradoras que disseram preferir, ou apenas ler as revistas estrangeiras, tal como afirmaram Heloísa, Maria Célia, e Deise, pode-se supor duas possibilidades: uma, que este tipo de leitor queira se manter a par da moda estrangeira pois lhes seria informação rentável no meio em que circulam, ou então, consomem as revistas estrangeiras para irem, de fato, comprar ou encomendar móveis e objetos de decoração para suas residências nas lojas no exterior divulgadas nas revistas importadas. A este respeito, enquanto me mostrava sua residência para que eu a fotografasse para esta pesquisa, a moradora Deise me mostrou, em sua sala de estar, um abajur *Tiffany's*⁵⁵ legítimo, que disse ter comprado em Nova York, em uma de suas viagens à cidade. Em situação similar, a entrevistada Heloísa mencionou que o piso de madeira da sala de sua residência no Morumbi havia sido todo importado da França em containeres, pois o haviam encontrado em um grande mercado de pulgas que visitaram em Paris.

Por outro lado, obtive as seguintes respostas e justificativas dos quarenta por cento dos entrevistados que disseram não ler este tipo de revista:

“Porque... eu tenho aqui a decoração feita e eu não preciso descobrir nada de novo nas revistas. Eu me interesso sim nas revistas de artes, de artes plásticas. Mas é outra coisa. Vez por outra eu compro uma revista de artes plásticas, vou nas exposições, isso sim, mas as de decoração, não.” (Felipe, Moema, grifos meus)

“Olha, eu não compro essas revistas, eu vou ser sincera, eu vejo em consultório médico, em dentista... [risos]” (Ana Helena, Brooklin, grifos meus)

⁵⁴ Frequentar feiras de decoração de interiores como a Casa Cor, tornou-se, pode-se dizer, uma atividade de lazer de grande interesse entre a elite paulistana.

⁵⁵ A loja Nova-Iorque *Tiffany's* é amplamente reconhecida por estar dentre as mais caras no comércio de bens de luxo existentes no mundo.

Observa-se acima, discursos que dispensam qualquer função ou utilidade encontrada na leitura destas revistas. Para estes moradores entrevistados, não há necessidade ou interesse algum na compra destas publicações. Tal como veremos no próximo capítulo, este tipo de posicionamento contribui para a definição do perfil social específico destes moradores.

Alan, o entrevistado abaixo, nos traz outro tipo de resposta. Apesar de afirmar não ler revistas de decoração, diz ter lido algumas na época em que estava preparando-se para mudar de casa, pois achou que seria importante se *atualizar* sobre as tendências, sobre o que estava acontecendo nesse meio. Seu discurso vai ao encontro portanto, da análise anterior, sobre o leitores esporádicos que consomem tais publicações para se manterem atualizados. Ao mesmo tempo, além de dizer que não consome estas revistas e ter-lo feito em uma única situação, Alan também menciona que, quando consultou estas revistas, o fez para saber quais eram as lojas que ele poderia consultar, ou seja, utilizou a função de *orientação* oferecida por estas publicações. Este tipo de discurso nos mostra assim, como são diversos os modos de apropriação que os leitores fazem destas mídias.

“Olha, na realidade eu li algumas na época que tava me preparando pra mudar. Como fazia muito tempo que eu morava na casinha de vila [de três pisos e aproximadamente 400m2, me disse o entrevistado] eu tava completamente desligado desse mundo, né, então eu achei que era importante saber o que é que tava acontecendo, qual era a tendência... quais eram as lojas que eu poderia visitar... mas fora isso eu não mexo... embora o apartamento tenha saído em revista de decoração.” (Alan, Jardins, grifos meus)

Outro apontamento refere-se à aquisição dos produtos veiculados nas revistas. Além daqueles moradores que possuem um número maior ou menor de móveis herdados ou comprados em leilões, boa parte dos móveis comprados pelos moradores entrevistados foram adquiridos nas lojas divulgadas nas revistas de decoração analisadas. Lojas como Dpot, Bretton, Benedixt, Artefacto, Monte Napoleone, entre outras, foram citadas pelos moradores como locais onde compraram seus móveis. A posse deste mobiliário de marcas e lojas cujos produtos são considerados de alto valor

aquisitivo no mercado moveleiro nos indica (independente do estilo do móvel), a posse de alto nível de capital financeiro por parte destes moradores.

Em alguns casos, tal como veremos mais detalhadamente adiante, as residências visitadas são mobiliadas quase que totalmente com móveis herdados, em outros, há uma certa mescla entre móveis herdados e comprados, e em outros, praticamente todos o mobiliário existente foi comprado pelos moradores. Dentre o mobiliário comprado, vale dizer, há aquele comprado em lojas comuns, em antiquários, em leilões, ou encomendados a designers reconhecidos. De todo modo, dentre os móveis que foram comprados em lojas comuns, a maior parte foi adquirida, segundo os discursos dos entrevistados, em lojas consideradas de alto padrão e que são frequentemente divulgadas nas revistas consideradas.

Observa-se portanto, que a mídia impressa especializada aqui investigada desempenha papel significativo *intermediador* no mercado de bens para o lar. Dependendo das formas de apropriação que seus leitores fazem das suas matéria, as publicações selecionadas podem exercer, tal como pôde se notado, certa influência sobre seus leitores, *orientando suas escolhas, propagando necessidades de consumo, ideais de estilo de vida*, e influenciando na formação do gosto e na decoração dos espaços residenciais de seus leitores. Tratam-se portanto, de veículos-chave na articulação dos interesses de venda de uma indústria de bens voltada para o lar e a busca por formas de distinção e afirmação de identidades na vida contemporânea.

A análise sobre a recepção dos leitores de revistas de decoração entrevistados nos mostra também, que as mesmas são apropriadas de maneira bastante seletiva e condicionada por diversos fatores de ordem histórica, social e cultural. Por outro lado, a presente análise permitiu constatar que sutis e significativas distinções singularizam estas publicações, possibilitando sua permanência no competitivo e segmentado mercado editorial nacional ao visarem diferentes públicos. Nesse sentido, utilizam diferenciações discursivas, diferentes apresentações visuais (nas fotografias e *layouts*) e constituições físicas, já que a *Casa Vogue*, por exemplo, é editada em um material de melhor qualidade, as páginas são mais grossas, o papel é mais brilhante que as demais e assim se especializaria em atender a um público mais elitizado, ou ao menos detentor de maior capital financeiro, pois trata-se da mídia mais cara dentre as nacionais neste ramo.

As observações realizadas neste capítulo vão ao encontro não só da idéia de públicos leitores diferenciados, mas também nos fornecem algumas indicações iniciais de que os moradores entrevistados pertencem a diferentes setores da elite paulistana.

As formas como estes se apropriam das revistas de decoração ou simplesmente não as incluem em seu repertório de referências, já apontam, por exemplo, para estarmos lidando com sujeitos de diferentes perfis e grupos sociais. Espera-se assim, a partir da análise mais aprofundada do material coletado na pesquisa de campo que apresentamos no capítulo seguinte, conseguir elaborar uma diferenciação da inteligibilidade de interiores domésticos de alguns setores da elite.

Capítulo 2

A casa e seus marcadores de distinção: legitimação e construção do lugar social

- Em algumas palavras Heitor, o que a sua casa significa pra você?

“É o meu retrato. É minha foto.” (Heitor, Vila Nova Conceição)

“Quando eu entro numa casa eu sei exatamente o estilo que ela tem... o tipo de pessoa que mora, né, eu posso entrar numa casa sem saber de quem é, mas eu posso dizer se é de uma pessoa jovem, de uma pessoa de vanguarda, se é uma pessoa mais alternativa, conservadora, mais clássica, entendeu, pela casa cê... cê não precisa conhecer a pessoa (...)” (Deise, Higienópolis)

“eu acho que o importante numa casa, é a casa ser o que você é. Não tem aquele ditado que fala... “mostra onde cê mora que eu te direi quem você é”? eu acho que é muito por aí. Entendeu, cê percebe a pessoa pela casa, pelo jeito da pessoa, tal, entendeu?” (Heloisa, Morumbi)

Tal como informam os depoimentos da “voz nativa” acima, a idéia de que a casa das pessoas diz muito sobre seus moradores é quase um senso comum. Em uma linguagem mais formal, pode-se dizer que casa é uma esfera da vida social altamente expressiva de características distintivas sobre seus moradores. Seus interiores, em suas dimensões material e simbólica, são passíveis de informar sobre os estilos de vida, gostos, identidades, posições sociais, e aspirações dos mesmos.⁵⁶ A partir deste recorte, pretendo olhar para os espaços interiores das casas de membros das elites paulistanas buscando apreender os significados de suas ações orientadas para a decoração.⁵⁷

Antes de mais nada, vale dizer que apesar das diferenças com relação às suas posições sociais em termos relativos nos seus segmentos e das distinções entre os bairros em que residem, pude observar que os moradores entrevistados compartilham determinadas condições que os situam em um mesmo nível social abrangente.⁵⁸ Segue

⁵⁶ Pierre Bourdieu, por exemplo, lidou, em alguns de seus trabalhos, com análises que consideraram diferentes aspectos dos interiores residenciais, como em “O senso da distinção” in *Distinção: a crítica social do julgamento*; e também em “A casa ou o mundo às avessas” in *Ensaio sobre a África do Norte*, estudo de caráter etnográfico que trata, entre outros, da nítida separação dos espaços da casa por gênero.

⁵⁷ Decoração de interiores aqui, é tida justamente como o processo de produção do conjunto das dimensões material e simbólica dos interiores residenciais. Apesar do sentido rebaixado da palavra decoração, comumente compreendida como uma prática um tanto frívola, buscarei argumentar, através da análise da estética dos interiores, que tal prática produz, de fato, diferenciações sociais.

⁵⁸ De acordo com os dados fornecidos na Introdução, os interiores residenciais analisados se referem a residências localizadas em uma seleção de bairros paulistanos aonde vive parte das elites da cidade,

assim, a menção a essas características visando delinear um certo perfil coletivo do universo investigado.

Todas as dez residências visitadas são imóveis próprios, nenhuma é alugada. Em todas, os quartos de dormir são individuais. Ou seja, exceto os quartos de casais, há sempre um quarto para cada morador. Todas estas casas possuem ao menos duas salas (mesmo que em ambientes integrados, uma tendência moderna), pé-direito alto, e garagem. Apesar da grande variação encontrada na metragem - de 164m² a menor, a aproximadamente 600m² a maior, - pode-se dizer que todas essas residências são relativamente grandes em relação aos padrões de área útil dos imóveis onde costumam residir as classes médias e populares na cidade de São Paulo.⁵⁹

Todos os moradores entrevistados possuem, ainda, ao menos uma empregada doméstica, que pode ou não dormir no emprego. Ademais, em todas as casas a sala é sempre o cômodo mais arrumado da residência. Por fim, os discursos de todos os moradores apontam para as suas casas como elementos centrais e estruturais de suas vidas em um nível psicológico. Por mais abstratas e díspares que estas definições possam ser, elas nos informam certas balizas sobre o mundo social no qual estes moradores transitam. Porém, as análises daquilo que singulariza cada caso investigado também serão altamente informativas sobre as posições dos entrevistados no espectro da hierarquia social.

Dada a enorme quantidade de dados obtidos através da pesquisa de campo, vale dizer ainda, que não será possível analisar todas as respostas obtidas - que podem ser encontradas nos anexos - e nem mesmo relacioná-las todas, de forma sistemática entre si. Assim sendo, foi feita uma seleção dos depoimentos e imagens mais expressivas das relações e distinções intra-classe que pretendemos analisar. Tal seleção, pretende

sendo estes: os Jardins (Jardim Paulista, Jardim Europa, Jardim América, Jardim Paulistano), Higienópolis, Pacaembu, Vila Nova Conceição, Morumbi, Moema e Brooklin.

⁵⁹ Vale dizer, que a menor casa visitada em termos de área útil (164m²) trata-se do primeiro imóvel de um casal de jovens recém-casados em um condomínio de duas torres de edifícios recém-inauguradas e equipadas com inúmeros recursos de lazer de alto padrão. Por outro lado, em sua monografia publicada em http://www.nomads.usp.br/disciplinas/SAP5846/mono_Folz.pdf, a arquiteta e urbanista Rosana Rita Folz mostra, ao analisar projetos de habitação econômica que estão sendo financiados pelos órgãos públicos da Companhia de Habitação e Desenvolvimento Urbano – CDHU e Caixa Econômica Federal construídos no início do século XXI, que a área útil das unidades habitacionais que buscam atender às famílias de baixa renda giram em torno de 50 m². Segundo Folz, é ainda frequente a construção de moradias com área abaixo de 40 m², para unidades de dois dormitórios. De acordo com a mesma, em uma vertente do Banco Nacional para a Habitação – BNH voltada para o financiamento da construção de moradia para a classe média com faixa de renda familiar entre 13 e 22 S.M, as unidades habitacionais variam de 33,00 m² (1 quarto) a 118,44 m² (3 quartos).

possibilitar a observação de traços marcantes dos perfis específicos das diferentes elites paulistanas.⁶⁰

Tal como veremos à frente neste trabalho, a observação dos interiores visitados, a análise das imagens obtidas, e o exame dos discursos dos moradores entrevistados permite reunir os mesmos em três sub-grupos diferentes. Inspirada na noção de tipo-ideal de Max Weber,⁶¹ buscarei relacionar os moradores de cada residência pesquisada a um certo comportamento típico, que seria relativo a um, dentre três setores da elite. Deste modo, seriam estes os tipos de frações da elite paulistana identificados nesta pesquisa: I) a elite de origem antiga apegada à tradição, II) a elite de origem antiga modernizada, e III), a elite emergente.⁶² A idéia é assim, que esta classificação nos ajude a compreender melhor as ações dos entrevistados orientadas para a decoração de interiores, tal como proposto nesta pesquisa.

Os moradores identificados como pertencentes à aqui chamada elite antiga apegada à tradição descendem de famílias que teriam ocupado, ao longo de diversas gerações, posições privilegiadas nas suas respectivas sociedades. Pertenceriam assim, a famílias que possuíam altos níveis de capital social, financeiro, e cultural.⁶³ Apegados aos hábitos, costumes, e repertórios culturais que teriam herdado de membros de gerações anteriores, estes descenderiam de determinada elite tradicional.⁶⁴ Boa parte dos entrevistados que se encaixam neste grupo são ainda, economicamente decadentes.

⁶⁰ Esta pesquisa baseia-se na análise de dados qualitativos e não apresenta uma amostragem estatisticamente significativa do universo investigado.

⁶¹ Para Weber, a construção de um tipo ideal era claramente uma ferramenta heurística, ou um método de investigação. Um tipo ideal não consistiria em um tipo médio ou na simples descrição das características mais comumente encontradas no mundo real. Do mesmo modo, a noção de tipo ideal também não seria usada normativamente no sentido de um objeto desejável. Tipos ideais seriam algo que o sociólogo desenvolve em sua mente que tenha referência no mundo real. Ele selecionaria assim os elementos mais significativos e racionais possíveis sobre determinado fator para compor sua formulação sobre um tipo ideal com o máximo de pureza.

⁶² Esse caráter emergente, é o que leva essa elite a também ser chamada de “novos-ricos”. Por outro lado, vale salientar, que as expressões usadas para nomear cada uma das frações de elite têm algo de contingente, nada impedindo que uma expressão melhor pudesse ser encontrada.

⁶³ Utilizo aqui, as noções de capital social, cultural, e financeiro desenvolvidas por Pierre Bourdieu. Nesse sentido, vale dizer que é sabido que estes níveis e tipos de capitais relativos às elites tradicionais brasileiras variavam. A este respeito, obtive o depoimento de mais de um dos entrevistados de que nem sempre certos membros da elite “antiga”, possuíam muitos recursos financeiros, e mesmo assim, suas relações sociais, por exemplo (seu capital social), os mantinha na elite da época.

⁶⁴ O termo elite tradicional tal como será utilizado ao longo desse texto trata de uma generalização das elites “antigas” da cidade. Estamos cientes de que a elite paulistana aqui chamada tradicional não é um grupo homogêneo, tal como nos mostra Fernando Pinheiro em *Lasar Segall: arte em sociedade*. São Paulo, Cosac Naify e Museu Lasar Segall, 2008. Ao analisar a recepção, especificamente dos trabalhos de decoração do artista migrante judeu Lasar Segall na São Paulo dos anos 20 e 30, Pinheiro Filho nos mostra como a modernização social e econômica vivida pela cidade de São Paulo nas três primeiras décadas do século XX possibilita o surgimento de novas frações de elite na cidade, que passa então, a abrigar uma fração aristocrática, a elite formada pelos barões do café em declínio, e uma elite industrial e suas especificidades. No entanto, o fato dos moradores entrevistados para esta pesquisa advirem ou não de uma destas frações da elite, independente de qual delas, já os qualifica como herdeiros de uma certa tradição, o que é suficiente para os propósitos desta dissertação de mestrado.

Junto com a perda de parte significativa de seu capital financeiro estes últimos teriam, consequentemente, perdido também parte de seu prestígio e poder social.

Já aqueles compreendidos como parte da elite denominada de origem antiga modernizada, também contam com o respaldo do pertencimento à famílias originárias de algum setor da elite aqui chamada de tradicional.⁶⁵ Portanto, também teriam herdado hábitos, costumes, e repertórios culturais de membros de gerações anteriores às suas famílias. Porém, diferentemente da elite de origem antiga apegada à tradição, estes renovaram seus repertórios sociais e culturais de acordo com as inúmeras e intensas transformações da modernidade e do mundo dos negócios contemporâneos. Deste modo, passaram por diversos processos de adaptações e, em geral, e continuaram a ocupar posições sociais privilegiadas, tanto em termos financeiros, quanto sociais e culturais.

O termo elite emergente aqui empregado procura dar conta do fenômeno complexo e multifacetado da rápida ascensão social. Mais comumente encontrado em países de história recente e que vem passando por um intenso e rápido processo de desenvolvimento e crescimento econômico como o Brasil, o surgimento de uma nova elite, basicamente financeira, é um fenômeno histórico-social recente.⁶⁶ Pude encontrar, dentre os entrevistados para esta pesquisa, alguns representantes dessa nova fração da elite, cada vez mais presente na sociedade paulistana.

Tratam-se assim de pessoas, ou famílias, que realizaram um rápido deslocamento de classe na hierarquia social. Geralmente através dos seus trabalhos e esforços pessoais um, ou alguns membros da família conquista, ao longo de sua vida ou até mesmo em poucos anos, um montante de dinheiro altíssimo que acaba por alavancar ele e em geral à sua família junto, à camada dominante da sociedade de uma forma geral. No entanto, tal como é conhecido e já tratado por diversos estudiosos, os representantes da elite emergente costumam diferir em termos de comportamento e outros aspectos como linguagem e repertórios culturais dos membros das elites já estabelecidas, de origem antiga, que contam com o respaldo da tradição familiar que os primeiros não possuíam.

⁶⁵ Vide nota número 9.

⁶⁶ A antropóloga Diana Nogueira de Oliveira Lima, desenvolve, em seu livro recentemente publicado *Sujeitos e objetos do sucesso: antropologia do Brasil emergente*. Rio de Janeiro: Garamond, 2008, interessante análise sobre os chamados grupos sociais “emergentes” no Rio de Janeiro contemporâneo. Seu livro apresenta ainda, uma explicação consistente sobre os processos histórico-sociais e políticos brasileiros que levaram ao surgimento do termo “emergente” para designar certo grupo social na capital carioca.

No entanto, muitas ressalvas devem ser feitas sobre a definição deste tipo de classificação. Há muitas variáveis possíveis dentro de cada uma destas três frações de elite identificadas. Não só todos aqueles que podem ser considerados pertencentes à elite, se reunidos em um só grupo, resultaria em um conjunto extremamente heterogêneo, com muitos lugares, falas, e repertórios, como também a própria definição do que é e o que não é elite é bastante complexa no mundo de hoje e variável segundo a auto-percepção dos sujeitos. Além disso, estas três categorias podem não ser suficientes para dar conta da multiplicidade de fatores que podem compor as elites da cidade de São Paulo. Assim, esta divisão não pretende ser um modelo exaustivo e que enrijeça esta análise, ela tem apenas o intuito de facilitar este trabalho, estabelecendo referências generalizadas que guiariam e organizariam o percurso desta investigação de uma maneira ideal-típica.

A este respeito, cabe reproduzir aqui o discurso de dona Ana Helena, moradora entrevistada de 84 anos cujo pai foi Governador do Estado de São Paulo na presidência de Getúlio Vargas e cujo avô, Rodrigues Alves, foi Presidente da República:

“Eu acho que... a elite antigamente era mais uma tradição familiar, né, mais a família eram pessoas tradicionais, da elite né, que nasceram... paulistas... ou então pessoas que vem da indústria, ou então do comércio, fazendeiros da época do café. Hoje em dia... a elite é mais uma elite digamos assim industrial, uma elite que está vindo, que está se fazendo, então é uma elite que digamos assim tem classe B, C, que tá na elite hoje em dia.” Continuando:

- Então, e como que muda o comportamento, de uma elite do tipo de onde a senhora veio, com uma elite que a senhora vê hoje?

“Olha, a que eu vejo hoje eu acho que é uma elite mais, digamos... financeira. Toca o poder do dinheiro. Porque se ela tem dinheiro ela tem poder aquisitivo pra fazer as coisas que ela quer. Agora a elite de antigamente tinha muita gente que se dizia, era, é da elite, não sei quê, agora, financeiramente? Tinha muita gente que não tinha dinheiro. Com a crise de mil novecentos e vinte e nove tem gente que foi pro belaléu e que era fazendeiro... que era...” (Ana Helena, Brooklin, grifos meus)

Antes de prosseguir para as análises do material obtido na pesquisa de campo e suas relações com os tipos de elite acima mencionados, faço uma última observação de caráter técnico. De modo a facilitar e organizar melhor o uso das imagens obtidas optamos por reuni-las em um “Caderno de Imagens” alocado ao final do capítulo 2.

Todas as imagens analisadas e repetidamente citadas ao longo deste trabalho se encontram nesta seção específica, numeradas e separadas por residência para que possam ser identificadas e referenciadas no texto. Assim, o leitor deverá recorrer à esta seção para encontrar as imagens referenciadas.

Herdeiros e não-herdeiros

Um primeiro apontamento refere-se à questão da herança familiar. Pude observar, entre os entrevistados, uma variação significativa quanto a posse ou não, e em diferentes graus, respectivamente, de bens materiais ou repertórios culturais herdados que passo aqui a relatar. Deste modo, as heranças culturais identificadas se referem ao domínio e à internalização naturalmente expressos tanto de uma linguagem mais formal e erudita, quanto de regras de etiqueta e comportamento.⁶⁷ Já as heranças materiais encontradas foram: obras de arte (geralmente pinturas de temas figurativos), louças antigas, pratarias, mobiliário, e mesmo coleções de livros ou outros tipos de coleções antigas valiosas, como de selos e cartões-postais⁶⁸.

Tais heranças não seriam bens comuns, consistiriam em objetos e mobiliário produzidos com materiais de alta qualidade, que teriam, na maior parte, um alto valor financeiro. Em alguns casos moradores mencionaram ainda propriedades e imóveis herdados. Seguem abaixo algumas das respostas dos entrevistados à pergunta sobre se possuem móveis herdados e a referência às diversas imagens dos objetos mencionados:

“Então, quando eu me casei, meus pais, que eram donos de uma casa nesse terreno, nos cederam a casa e a gente veio morar aqui.” (...) “Eu herdei da minha avó, uma mesinha com um espelho que tinha no hall da casa da minha avó, (...) tem no nosso quarto um espelho que era da casa do meu avô paterno, que eu gostava muito... (...) essa cadeira que cê tá sentada, era uma cadeira do apartamento dos pais do Fernando do Guarujá, então tem mais de cinquenta anos (...). Tem uma cadeira ali que foi bordada por uma tia do Fernando [Residência VI, imagem 70], depois tem uma marquesa que era da

⁶⁷ Não tive como gravar esse tipo de observação, mas como fui recebida pelos donos das residências para uma conversa informal, pude observar como diferiam seus comportamentos quanto aos rituais do “cafezinho”, do oferecimento de bebidas como água ou suco, quanto às suas relações com seus empregados domésticos ao solicitar serviços, bem como diferenças quanto à indumentária dos empregados, se uniformizados ou não, entre outros detalhes deste gênero que indicariam um apego à certos costumes e culturas tradicionais.

⁶⁸ Cito as coleções de cartões-postais especificamente, pois uma das entrevistadas, a Sra. Maria Célia, de 81 anos, me mostrou, durante nossa conversa para esta entrevista, sua coleção de cartões-postais antigos da cidade de São Paulo herdada de seu falecido marido que, segundo a entrevistada, valeria muito dinheiro.

minha madrinha [Residência VI, imagem 71] (...), tudo tem uma explicação, uma razão de ser... a gente vai acrescentando coisas novas também, né, o Carlinhos Motta, às vezes a gente vê algum móvel antigo que a gente gosta...” (Lia, Pacaembu, grifos meus)

“esses quadros eu ganhei da minha sogra [Residência VIII, imagem 100], eles representam o *Bois de Boulogne*, Paris. E esse contador [Residência VIII, imagem 97], a origem dele é do século XVII, agora, eu não posso garantir para você que esse seja do século XVII porque eu ganhei de herança de um tio meu, lá do Rio de Janeiro. Eu sei que ele é de jacarandá.” (Ana Helena, Brooklin, grifos meus)

“Tenho, essa cômoda [Residência III, imagem 25] aqui. Que eu ganhei de noivado dos meus pais nos anos 70. É a única peça assim mais... em termos de mobiliário é a única peça que eu tenho. Assim mais, digamos, de peso. (Felipe, Moema, grifos meus)

“A maioria das coisas que eu tenho é herdado. [Residência I, bens apontados como herdados: imagens 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12] Ah, sim, aquele armário, aquele armário eu comprei num antiquário. Essa bandeja foi num antiquário...” (Maria Célia, Jardim Paulistano, grifos meus).

“Ó, por exemplo, aquela cadeirinha que tá lá, era a cadeirinha da sala de jantar da minha mãe. Que mais... porque a gente tem... eu e o Flavio nós temos os pais vivos, né, e de avós eu não tenho nada. Quem tem são meus pais. Mas aquela cadeirinha minha mãe deu, tenho três cadeirinhas daquela. Acho que o resto é nosso mesmo, que veio da gente. O que foi adquirido junto, o que era do Flavio, o que era meu. (Vivian, Morumbi, grifos meus)

“Quase tudo. Eu não comprei móvel. [Residência IX, bens apontados como herdados: imagens 103 (o sofá, as duas poltronas ao lado da lareira, e as das mesinhas de centro) 104, (o aparador em frente ao sofá e as duas mesinhas laterais ao lado do sofá) 110, 113, 114, 115 (móvel de madeira e as louças), 120] Eu não comprei nada de móvel assim... agora, sabe, eu comprei uma coisa ou outra. Eu comprei esse espelho que eu não tinha... uma coisinha ou outra. Por isso que também eu acho que a casa ficou boa, porque ela... dá um ar de casa vivida, que é coisa misturada, com coisa que era da

minha família, com coisa da família do meu marido, a gente vai ajeitando... entendeu?
(Heloisa, Morumbi, grifos meus)

“[risos] Não... não... eu sou de uma família muito pobre, meu pai era alfaiate. Meus pais nunca moraram em casa própria, sempre moramos alugado. Eu mesmo morei no Brasil, morei em pensões durante anos até que conseguir alugar meu primeiro apartamento.” (Helio, Vila Nova Conceição, grifos meus)

“Não. [quando perguntado porquê, respondeu que porque] “Minha mãe é viva [risos]. Mas o estilo dela também não bate muito com o meu. Eu sou dum estilo assim mais... clássico...” (Alan, Jardins, grifos meus)

“Olha, tem coisas que eu tinha na casa da minha mãe e que eu trouxe, mas são pequenas coisas de decoração, e tem coisas que eu trouxe dos Estados Unidos porque eu morei lá durante um ano antes de casar, mas não tem móveis, assim...” (Bernardo e Natalia, Brooklin, grifos meus)

Os depoimentos acima e suas respectivas imagens demonstram portanto variações com relação ao recebimento de heranças. Alguns entrevistados informam ter herdado inúmeros bens de seus familiares, outros, afirmam possuir apenas um ou outro bem herdado, e outros, dizem não ter herdado nenhum bem material de tipo residencial. Além disso, os discursos acima apontam para fatores como geração e gosto operando na questão da herança.

Observa-se assim, uma relação entre a variação quanto a presença de bens herdados nas residências investigadas e a tipologia de frações de elite elaborada. Assim, os moradores que informaram ter suas residências mobiliadas basicamente apenas com móveis herdados pertenceriam à elite de origem antiga apegada à tradição. Apegados aos modos de vida das elites tradicionais das quais se originariam, estes teriam buscado manter as referências simbólicas deste passado através da decoração de suas residências, ocupando a maior parte de seus interiores com bens antigos herdados por familiares e antepassados. Ademais, tal como inicialmente mencionado, parte dos representantes desta elite teriam passado por certo processo de declínio econômico com relação a seus antepassados e, neste caso, a forte presença de mobiliário herdado nas residências também pode representar uma economia de recursos financeiros. As moradoras entrevistadas Ana Helena (Residência VIII do Caderno de Imagens), Maria

Célia (Residência I do Caderno de Imagens), e Heloisa (Residência IX do Caderno de Imagens), foram identificadas como pertencentes a esta fração de elite.

Já nas residências pesquisadas onde pudemos encontrar uma certa mescla entre bens herdados e bens adquiridos pelos próprios moradores teríamos tanto a expressão do pertencimento a famílias de posses materiais e simbólicas relativas às elites tradicionais das quais se originariam, quanto a demonstração de uma renovação, por parte dos entrevistados, das suas relações com suas origens. Estes, teriam mantido uma posição social em termos financeiros semelhante à de seus antepassados (isto é, uma posição no mínimo confortável), o que os permitiria adquirir e decorar suas residências não só com novos bens, mas também de acordo com seus próprios repertórios culturais renovados. Este tipo generalizado de mescla entre bens herdados e adquiridos corresponde assim à residências de membros da fração da elite aqui chamada de origem antiga modernizada, e foi encontrada, a despeito das especificidades de cada caso, nas residências dos moradores entrevistados Lia (Residência VI do Caderno de Imagens) e Felipe (Residência III do Caderno de Imagens).

Prosseguindo esta análise, os entrevistados que afirmaram não possuir praticamente nenhum tipo de mobiliário herdado representariam a elite de tipo emergente. No entanto, apesar da inexistência de qualquer sinal material e simbólico que faça referência ao pertencimento à uma família originária de alguma elite tradicional ser um indicativo, de fato, do não pertencimento à uma elite deste tipo, poderíamos encontrar, vale dizer, casos onde mesmo pertencendo à alguma elite de origem antiga, seus moradores não possuam mobiliário algum herdado em suas residências. Certamente não cabe aqui especular, mas esta observação tem apenas a intenção de mostrar que a relação entre a posse ou não de bens herdados e o pertencimento a determinada fração da elite não representa um vínculo recíproco. Assim, tal como será melhor avaliado à frente, os moradores Heitor (único entrevistado que não me permitiu que eu fotografasse sua casa), que claramente se diz originário de uma família muito pobre e afirma que por isso não herdou nada de seus parentes, e os moradores Bernardo e Natalia (Residência V do Caderno de Imagens) foram identificados como membros da elite de tipo emergente.

Já os moradores Alan (Residência VII do Caderno de Imagens), Viviam (Residência II do Caderno de Imagens), e Deise (Residência IV do Caderno de Imagens), ocupariam posições sociais mais ambíguas e difíceis de identificar que serão investigadas adiante. Para encerrar esta análise, os depoimentos acima revelam dois outros fatores incidindo na questão da presença ou não de herança material nestes

interiores: geração e gosto. Por exemplo, dentre os moradores entrevistados, Alan (Residência VII) e Vivian (Residência II) afirmaram não possuir móveis herdados porque têm os pais vivos, e Vivian acrescenta que, no entanto, seus pais os possuem. Além de alegar ter os pais vivos, o morador Alan ainda justifica não ter herdado nada de sua mãe por incompatibilidade de gostos.

Apesar de ser possível que uma questão geracional impeça, em alguns casos, o recebimento de herança tal como alegam alguns dos entrevistados, não podemos afirmar que o fato de se ter pais vivos impeça o recebimento de herança. Pois, é de costume, tal como mencionado pelo morador Felipe em seu discurso acima, herdar bens como presentes de casamento de por exemplo parentes vivos, ou mesmo ganhar um ou outro móvel que pertenceu a outros familiares de parentes também ainda vivos. Deste modo, os fatores gosto e geração aparecem nestes discursos como explicações possíveis para a não-posse de heranças materiais de tipo residencial. No entanto, a inexistência deste tipo de mobiliário em algumas das residências visitadas não deixa de ser um indicativo plausível do tipo de elite social à qual seus moradores pertencem.

A análise da posse ou não de heranças materiais e culturais bem como da variação da quantidade de bens herdados presentes nos espaços residenciais investigados aparece portanto, como um indicativo da existência de diferenças entre as frações de elite. Além disso, a posse certas heranças, tal como os quadros mencionados por Ana Helena, a cômoda de Felipe, os espelhos de Lia, entre outros bens citados, faz parte, como veremos melhor à frente neste trabalho, de um sistema de significados que opera nos mundos sociais de cada um desses indivíduos. Assim, além de apontarem certas características sobre os perfis sociais dos sujeitos, as heranças também nos ajudariam a compreender as trajetórias de vida e a construção de sentido das narrativas pessoais dos entrevistados.

Decoração e perfil social

Ao adentrar os interiores das residências visitadas, geralmente passando pelo hall de entrada conduzida por algum empregado diretamente às salas, me encontrei, todas as vezes, inevitavelmente fazendo uma espécie de leitura relâmpago dos seus moradores a partir daquilo que podia observar enquanto aguardava a pessoa que iria entrevistar em questões de minutos. A expressividade estética da maior parte destes interiores é notória. Assim, após considerar o fator herança nas residências investigadas, parto para uma análise das suas decorações como um todo.

Além do mobiliário e demais bens herdados, pude constatar que as casas visitadas são preenchidas com bens provenientes de diversas outras fontes, quais sejam: vários tipos de lojas de grifes nacionais e estrangeiras cujos produtos estão dentre os de mais alto custo disponíveis no mercado de bens para o lar; lojas consideradas de um padrão mais comum e financeiramente mais acessíveis; antiquários; leilões; peças únicas confeccionadas por designers sob encomenda; e móveis confeccionados sob medida por marceneiros contratados. A organização tanto dos móveis maiores, quanto dos enfeites menores (vasos, porta-retratos, cinzeiros, máscaras, quadros, artesanatos, louças, pratarias, etc.) nos espaços, entre outros recursos decorativos como o uso de papel de parede, tapetes e cortinas, compõem assim, as inúmeras possibilidades decorativas. As composições encontradas revelam escolhas quanto ao modo de ocupação dos espaços e nos permitem observar uma lógica de organização dos bens nos mesmos que nos ajuda a compreender as mensagens que seus moradores transmitem a respeito de si próprios e suas hierarquias de valores. A decoração de interiores aparece portanto, como uma forma de comunicação social.⁶⁹

Por outro lado, a realização de tais decorações também é compreendida como parte de um projeto de sociabilidade e equalização dos moradores dentro de suas classes. A decoração de interiores seria assim, utilizada ainda como um recurso de sociabilidade para os moradores dessas residências, já que, através das decorações, expressariam simbólica e materialmente suas posições e prestígio social. Haveria, deste modo, uma lógica de distinção⁷⁰ operando através da decoração de interiores. Lógica esta, intimamente associada à distribuição desigual de recursos simbólicos e de poder na sociedade.

A maior parte das imagens obtidas refere-se às salas das residências, pois muitas vezes não foi possível fotografar outras áreas. Nem sempre o acesso às áreas íntimas das casas me foi negado, no entanto, na maior parte das vezes em que pude fotografá-las me encontrei em uma situação desconfortável. Seja por me sentir “invadindo” a privacidade daquelas pessoas, seja por ter o morador ao meu lado me transmitindo uma certa pressão, talvez causada pelo seu próprio desconforto em estar mostrando áreas íntimas de sua residência para uma desconhecida, acabei fotografando

⁶⁹ Tal afirmação se baseia na leitura do trabalho da antropóloga britânica Mary Douglas em: *O Mundo dos Bens: Para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ Editora, 2004.

⁷⁰ Tal como observada por Bourdieu (2002).

pouco e rapidamente cômodos como quartos, banheiros e até mesmo cozinhas.⁷¹ Vale dizer, que o morador Thiago, uma figura conhecida e famosa no meio cultural e artístico brasileiro, inclusive não permitiu que eu tirasse qualquer fotografia de sua residência.⁷²

Além de relacionar os aspectos estéticos e de uso e ocupação desses espaços às frações da elite consideradas, buscarei relacionar a decoração destes interiores à contratação ou não, por parte dos entrevistados, de um arquiteto, designer, ou decorador de interiores. Espero ainda relacionar, brevemente, tais decorações à leitura ou não, e ao tipo de apropriação que os entrevistados fazem, das mensagens transmitidas pelas revistas de decoração de interiores, tal como analisado no Capítulo 1. Deste modo, as observações sobre os interiores visitados, e a seleção de imagens aqui disponibilizadas permitem verificar diferentes tipos de decoração nos interiores investigados reveladores dos perfis sociais dos seus moradores.

Residência I do Caderno de Imagens

Dou início a esta análise com a Residência I do Caderno de Imagens. A moradora deste apartamento, uma senhora de 81 anos, dona Maria Célia, vive neste imóvel de 198m² há 36 anos. Localizado no tradicional bairro do Jardim Paulistano, ela e uma empregada doméstica que dorme durante a semana são hoje as únicas moradoras da residência.⁷³ Tal como expresso em seu depoimento acima (pg.7), a maior parte dos móveis e demais objetos de decoração que possui são herdados. E, segundo a própria moradora, sua casa seria decorada em estilo clássico.

O conjunto das imagens desta residência disponibilizadas permite observar que seus cômodos são mobiliados com móveis de madeira escura, em alguns casos são de madeira trabalhada em formas curvilíneas, de acordo com estilos mais antigos como o barroco. O oratório da imagem 1 localizado em uma das salas, a penteadeira da imagem 11 localizada em seu quarto, e o aparador da imagem 10, situado no hall de

⁷¹ Uma interessante observação a este respeito deve-se ao fato de nenhum morador ter me mostrado as dependências de empregadas das casas. O máximo que obtive nesse sentido foi uma breve menção do tipo: “ah, e ali [de longe, na cozinha] é a lavanderia e o quarto e banheiro de empregada, mas essa parte não precisa, né?” A generalizada percepção da delicada questão em torno da permissão para fotografar os espaços privados das residências levanta a questão da diferença entre os espaços “públicos” e “privados” dentro das mesmas. No entanto, dadas as restrições de tempo para a confecção desta pesquisa, a análise desta questão será reservada para uma futura oportunidade de trabalho.

⁷² Por isso, o Caderno de Imagens conta com imagens de apenas nove das dez residências visitadas.

⁷³ O apartamento possui três suítes, uma para cada um de seus três filhos, que moravam com ela na época em que se mudaram para lá, três salas (sala de estar, sala de jantar, e sala de televisão), lavabo, cozinha, área de serviço, e banheiro e quarto de empregada doméstica.

entrada, exemplificam este tipo de estilo. As molduras trabalhadas e um tanto rebuscadas dos quadros também acompanham o estilo da decoração, um tanto sóbria e visivelmente repleta de antiguidades, como a tapeçaria na parede da imagem 10, o relógio da imagem 9, e o conjunto de bacia e jarra de porcelana pintada sobre a penteadeira na imagem 11. Os temas das pinturas expostas na residência, como o da imagem 4, são figurativos, um tipo de arte mais tradicional. A coleção de louças herdada disposta em posição de destaque em um grande armário, também de madeira escura, na sala de jantar com as iniciais da família gravadas são, tal como os itens anteriormente citados, outro sinal da origem e apego à tradição familiar da moradora.

Segundo dona Maria Célia, tudo ali “tem quinhentas mil histórias”. Quando pedi então que me contasse algumas histórias sobre seus móveis obtive, por exemplo, a seguinte resposta:

“Essas cadeiras [imagem 8] foram da prima irmã da tida de minha avó. Quer dizer, esses móveis tem cento e vinte, cento e trinta anos... é francês, veio da França, essas duas. Aquele [sofá, imagem 7] é brasileiro, de imbuia, era de palhinha, mas quando a minha avó comprou já não tinha palhinha... Esse era de uma sala de visita da minha avó que vivia fechada. (...) Então isso quando eu vim pra cá eu já tinha, porque a minha avó morreu e eu escolhi esse [o sofá da imagem 7] e aquela mesa comprida, que também ela não tem estilo, a mesa de jantar era da minha mãe, o oratório, era da minha avó, dessa vó com quem eu morei. Os quadros aqueles eram da minha avó, esse atrás de você era da minha sogra, aquele era do meu tio, esse eu comprei num leilão, mas logo que eu vendi aquela casa na [Rua] Lourenço de Almeida, que eu te falei, eu comprei esses dois quadros, porque eu não tinha quadro bom. Agora esses objetos, aqueles vidros, e coisa assim era da minha mãe...” (Maria Célia, Jardim Paulistano, grifos meus)

Ao ouvir que dona Maria Célia havia comprado um quadro em um leilão, lhe perguntei se ela costuma ir a leilões e obtive a resposta que se segue:

“Agora eu não vou mais. Mas eu ia. É uma delícia. Eu ia de noite, porque naquele tempo dava pra sair sozinha de noite. Mesmo que o marido não quisesse ir eu ia, né.”

Fora os bens herdados (baste antigos e alguns de origem francesa, tal como afirmou serem as cadeiras da imagem 8, a louça das imagens 5 e 6, e o aparador da

imagem 10) e aqueles adquiridos em leilões, a moradora disse ter comprado alguns bens em antiquários, como no Seu Nóbrega, e em lojas como a Thudor House, na Rua Padre Dr. João Manoel há mais de vinte anos atrás. A resposta abaixo, à pergunta sobre se ela é capaz de reconhecer as lojas, as marcas, ou quem foi o artista que desenhou um móvel ou outro, corrobora para a leitura de dona Maria Célia como pertencente à fração da elite paulistana de tipo antiga apegada à tradição:

“Mais ou menos... os brasileiros eu acho mais difícil. Esses mais modernos... porque eu nunca tive nada moderno, porque eu não gosto de nada moderno, então... eu nunca tive nada assim. Então esses eu tenho muita dificuldade, mas os antigos eu conheço.”

(Maria Célia, Jardim Paulistano, grifos meus)

Falecido há dezoito anos, o marido de dona Maria Célia era procurador do Estado. Apesar de nunca ter exercido nenhuma atividade remunerada e ter estudado apenas até o segundo colegial, dona Maria Célia diz ter feito muitos cursos. Fez um curso de decoração com uma senhora que era do Clube Paulista de Decoração “e ela orientava muito a gente com livros...”, fez curso de história, “de... de mil coisas, o que aparecia eu fazia. Viajei muito também, então a gente aprende... aprende muito. Vendo, lendo, freqüentando certos lugares...” (grifos meus). Nesse sentido, fez a seguinte declaração:

“(...) Fora as fazendas que eu conhecia aqui no Estado de São Paulo, fazenda da minha avó... da avó do meu marido... parentes, conhecidos, né, então eu fui a muitos e muitos lugares, né. Depois meu marido tinha parentes em Minas [Estado de Minas Gerais], lá eu fui a muitas e muitas fazendas, fazendas antigas... (...)” (Maria Célia, Jardim Paulistano, grifos meus)

Além de achar “importantíssimo” decorar a casa, dona Maria Célia é a única responsável pela decoração de sua residência. Uma vez, tal como expressa o discurso abaixo, tentou contratar uma decoradora mas não funcionou, pois:

“Comigo não dá. Porque eu sou muito enjoada. Porque eu tenho muita personalidade, nesse ponto, sabe? Chegou aqui uma fulana, que tinha feito o apartamento da sogra da minha filha, e.. e ela chegou aqui e falou: “aqui nada combina com nada” [risos], então

eu falei, bom, então essa não serve pra mim, porque eu não vou dispor de nada, né. Mas eu levei dez anos quebrando a cabeça aqui.” (grifos meus)

Ao perguntar-lhe se haveria algum lugar da casa onde a decoração seria feita com mais capricho, respondeu:

“Ah, as salas, né... (...) Não, porque a sala é o lugar que a gente... agora eu acho que... casa é pra ser vivida, e não pra ser mostrada. Cê pode fazer uma casa que seja pra ser mostrada, mas a casa é pra ser vivida. Pra gente usufruir da casa.” (grifos meus)

Por fim, dona Maria Célia afirmou receber visitas frequentemente em sua casa. E o local para tal costuma ser as salas. Sua rede de sociabilidade parece ser ampla, pois mesmo aos 81 anos de idade mantém uma vida social ativa, freqüentando um chá da tarde semanal que se dá em esquema de revezamento entre as residências de amigas de um grupo que se conhece “desde o tempo do colégio”, e realizando e indo, entre outros, a encontros familiares. Nesse sentido, vale a leitura do discurso abaixo:

“Porque eu tenho três filhos, eu tenho oito netos, e cinco bisnetos, então minha filha, [risos] é muito movimentada a casa, e tem muitos amigos e... eu tenho três irmãos homens. Tenho um que mora aqui na esquina, o outro mora aqui atrás do Clube Pinheiros, tem um outro que mora mais pra perto do Jóquei, mas... esse que mora mais pra perto do Jóquei esse não vem muito, mas os outros vem muito. Então eu tenho muito movimento.” (Maria Célia, Jardim Paulistano, grifos meus)

Um último depoimento de dona Maria Célia a ser analisado trata-se da sua resposta à pergunta se ela se considera uma pessoa da elite:

“Ah, eu considero. Considero[risos], uma vez, quando eu tava na casa da minha avó, eu morava na Rua México, a um quarteirão do Maluf. Quem mora na casa onde eu morei, quer dizer, foi desmanchada e refeita. Hoje é a Ana Maria Diniz, e em frente o Abílio Diniz. Então eu morei num lugar muito chique, né. Pertinho da [igreja] Nossa Senhora do Brasil, era um bairro super chique. A minha avó morava em Higienópolis, foi pra lá porque ela ficou viúva, e meu tio morava ali perto, era filho único, a minha mãe já tinha morrido, aí depois, a vovó já tava lá há uns doze anos, eu fui morar com ela, que ela já tinha mais de oitenta, e eu já tinha muito trabalho com ela e a casa, então

eu mudei pra lá com a minha família. Aí uma vez veio um casal tocar pra fazer aquela pesquisa... o senso, e perguntaram: “de que classe social você é?”, e eu respondi: “eu sou de... classe média-alta”, e ela disse: “ninguém admite que é elite!”, aí eu disse: “quem tem muito dinheiro é a minha avó, não eu, eu não sou rica”, mas quer dizer, é difícil a gente medir, né, no fundo é elite, é tudo elite, a gente não pode negar né.”
(Maria Célia, Jardim Paulistano, grifos meus)

Segundo a entrevistada, ela e sua família nuclear se mudaram de tal casa [acima mencionada] grande no Jardim América para o apartamento onde reside hoje pois sua avó, a proprietária da casa, falecera e, dentre os herdeiros lhe cabia apenas um oitavo da casa. Ademais, ela diz que não queria ficar numa casa grande que, apesar de muito bonita, tinha cerca dez empregados e dava muito trabalho para ser mantida. Diz ainda, que sempre quisera morar em apartamento e, que como seu marido viajava muito, não só a serviço fazendo desapropriações no interior, mas também para visitar a sua própria fazenda, ela ficava muito só, então teria optado se mudar pra esse apartamento pra simplificar a vida.

O conjunto de informações obtidas tanto pela análise das imagens quanto através dos discursos selecionados permitem identificar esta moradora como pertencente à elite de tipo antiga apegada à tradição. Além de herdeira de um significativo legado material e simbólico advindo de diversos lados de sua família e da de seu falecido marido, vários fatores observados podem ser considerados atributos que contribuem para a construção deste tipo de perfil social. Apesar de se tratar de uma pessoa idosa, o que justificaria sua residência ser repleta de bens mais antigos, estes são, de todo modo, bens que remetem à um passado abastado em termos materiais e simbólicos (como peças de louça com iniciais gravadas importadas da França na imagem 6, as cadeiras e o aparador também importados da França das imagens 7 e 10, objetos de decoração de prata como o da imagem 2). Seus discursos também informam a posse de uma fazenda, a realização de cursos complementares de artes, história, decoração, etc., viagens frequentes, e uma trajetória de convívio social com pessoas de posses, como outros proprietários de fazendas.

Ademais, seu costume, quando mais jovem, de frequentar leilões de arte, comprar objetos para sua residência em antiquários, sua familiaridade com mobiliário antigo e falta de interesse por móveis de estilos mais modernos, e o fato de não ter aceitado a interferência que uma decoradora tentou realizar na estética de sua casa, são todos marcadores de proximidade ao pólo cultural cultivado mais tradicional. Sua

própria consciência de seu pertencimento a determinada elite contribui para a compreensão de sua posição social, pois membros da elite de origem antiga já teriam tal percepção sobre si mesmos internalizada. A entrevistada procura evidenciar seu pertencimento ao que considera ser a elite justamente através da referência material e simbólica representada pela casa de sua avó, onde teria residido parte de sua vida, cujas dimensões seriam bastante grandes, teria um grande número de empregados, e sua localização na cidade seria privilegiada.

Os discursos de dona Maria Célia remetem assim a um passado de prestígio. O fato de não ter concordado com as transformações que uma decoradora de interiores uma vez propôs aplicar à decoração de sua residência aparece tanto como uma defesa à ameaça de um certo apagamento de referências materiais e simbólicas das quais se orgulha, quanto expressa a segurança, por parte da entrevistada, com relação à sua própria orientação estética. Apesar de ouvir de uma profissional que ali “nada combinava com nada”, a moradora, que sempre recebeu em sua residência membros de sua aparente ampla rede de sociabilidade, não se intimidou com tal comentário e manteve a decoração de sua casa tal como lhe parecia adequado.

Por fim, apesar de descender de uma família cujas gerações anteriores teriam ocupado posições privilegiadas nas suas respectivas sociedades, é possível perceber, através de seus discursos e da observação das imagens de sua residência, certa decadência econômica na trajetória de dona Maria Célia em relação, por exemplo, aos seus pais e avós, que parecem ter ocupado posições mais altas na hierarquia social. Apesar de justificar a mudança para o seu atual apartamento pela praticidade, ela mesma diz ter respondido a pesquisadores do senso que “quem tem muito dinheiro é a minha avó, não eu, eu não sou rica”. Assim, apesar de proprietária de um amplo apartamento localizado em um bairro nobre da cidade, de possuir uma série de bens herdados valiosos (segundo a própria entrevistada), bem como o seu domínio de certos repertórios culturais, as indicações que obtemos são de que dona Maria Célia teria uma condição financeira menos favorecida em comparação às gerações anteriores de sua família e, de todo modo, pertenceria à elite de origem antiga apegada à tradição.⁷⁴

Residência VIII do Caderno de Imagens

⁷⁴ Algumas indicações mais sutis contribuíram para esta análise. Me pareceu, por exemplo, que o tecido do sofá em que dona Maria Célia estava sentada durante nossa entrevista demonstrava estar um tanto gasto pelo tempo. Pude observar ainda, que o modelo de sua televisão (imagem 3) não é como as mais modernas, de plasma. Talvez a idade explique a falta de atenção a estes detalhes e talvez a falta de interesse por bens de tecnologia avançada, no entanto, vale dizer que a sensação que tive ao percorrer e observar sua residência foi de fato de certo declínio financeiro.

Já as imagens da Residência VIII do Caderno de Imagens, tal como buscarei argumentar, também se referem à residência de uma moradora identificada como representante da elite de origem antiga apegada à tradição, mas que, no entanto, teria passado por um processo de declínio financeiro significativamente mais acentuado que o de dona Maria Célia (Residência I do Caderno de Imagens). Ao observarmos as seis imagens da residência de dona Ana Helena (Residência VIII do Caderno de Imagens) e as imagens das demais residências fotografadas, é possível perceber que trata-se da casa cuja decoração é mais simples e modesta dentre todas as investigadas. É por exemplo, a residência com menos objetos de decoração nas paredes e sobre os móveis (não há nada sobre o aparador na imagem 101, nada na parede acima do sofá listrado da imagem 102), não há um trabalho visível de decoração no sentido da intenção de harmonização de estampas dos sofás (os três sofás observados na imagem 102 são cada um de uma estampa que, no caso, me parece que não combinam muito bem) e não existem almofadas nos sofás da sala (imagem 102).

No entanto, as informações obtidas indicam que dona Ana Helena seria a entrevistada cujas origens seriam as de maior prestígio e destaque social dentre os antepassados dos entrevistados para esta pesquisa. Seu pai por exemplo, foi Governador do Estado de São Paulo na presidência de Getúlio Vargas, e seu avô, Rodrigues Alves, foi Presidente da República.⁷⁵ Ao longo da entrevista, pude descobrir dados sobre o passado, a infância e a adolescência desta senhora que indicam que a mesma teria passado por diversas mudanças ao longo de sua vida. Assim, nascida no bairro de Higienópolis, em um amplo casarão na Av. Angélica, dona Ana Helena, aos 84 anos, vive hoje no relativamente modesto apartamento do Brooklin demonstrado nas imagens apresentadas.⁷⁶ Nesse sentido, vale citar alguns depoimentos reveladores sobre seu meio original, como a descrição abaixo da casa onde crescera:

“(...) era muito grande, tinha cinco quartos, então, ela era uma casa que ela tinha... sala de jantar, uma sala de verão, ao lado dela tinha essa sala menor um pouco que era a

⁷⁵ Além de ter sido Governador do Estado de São Paulo durante um ano e meio na presidência de Getúlio Vargas, seu pai, que era advogado, foi, segundo o depoimento de dona Ana Helena, professor da Faculdade de Direito do Largo São Francisco durante toda sua vida. Chegou a se tornar diretor da Faculdade, e era professor de Economia Política e Ciências das Finanças. Depois, ele teria sido também diretor do Banco Mercantil de São Paulo até seu falecimento, pois o banco teria fechado após sua morte.

⁷⁶ A forma como dona Ana Helena se encontrava vestida contribuiu para tais percepções, pois fui recebida por uma senhora que calçava sandálias havaianas, e usava uma saia abaixo dos joelhos e blusa muito singelos. Certamente ela estava vestida à vontade, pois era um domingo à tarde e, como fui acompanhada de sua neta (minha amiga pessoal), tratava-se de uma visita informal. No entanto, mesmo assim sua indumentária me chamou à atenção pela simplicidade.

sala do piano. Depois tinha o escritório do meu pai, porque naquele tempo usava muito fazer aquelas casas estilo francês, que acho que ainda tem na avenida Higienópolis, então a casa era desse gênero. E o hall, a sala que a gente ficava era uma geladeira porque era aquele mármore preto e branco, então no inverno, era uma coisa horrorosa, então tinha que por aquecedor porque ninguém agüentava, e... quando ia jantar carregava o aquecedor pra sala de jantar [risos]. pois: “lá naquele tempo não tinha apartamento, era em mil novecentos e vinte e cinco. Eram casas, era uma casa de esquina.” (Ana Helena, Brooklin, grifos meus)

Ao lhe perguntar se ela se considera, ou pelo menos acha que foi, parte da elite paulistana, obtive o seguinte depoimento:

“Ah sim, acredito que sim, porque por exemplo, meu avô Rodrigues Alves foi Presidente da República, que era o pai da minha mãe. Ela era uma das filhas dele, lá de Guaratinguetá. No dia que você for ao museu de Guaratinguetá era a casa que a minha mãe nasceu. O museu, né, de Guaratinguetá.” (Ana Helena, Brooklin, grifos meus)

Em seguida, perguntei à entrevistada qual sua opinião sobre a idéia de pertencer a uma elite e como era isso para ela, e obtive a seguinte declaração:

“Bom, eu era criança, né. Então pra mim, era um... em primeiro lugar eu achava muito natural... quer dizer, o meu meio... o ambiente meu era... como eu nasci naquele ambiente eu não sentia diferença nenhuma, porque eu não... eu não achava nada de extraordinário, eu achava natural ter nascido... não achava diferença nenhuma, minha casa, pra mim... criança, não tinha muita diferença de... aí depois cê estudava em escola que todas as meninas a maioria, a maioria, não digo todas, mas a maioria era da mesma... relacionamento, namorava...” (Ana Helena, Brooklin, grifos meus)

Dentre os bens que possui, a maior parte são de utilidade prática, há poucos destinados estritamente a fins decorativos, e muitos são herdados. Fora o contador (imagem 97), o conjunto de cadeiras Luís XV (imagem 98), e os dois quadros representando o *Bois de Boulogne* em Paris (imagens 99 e 100) apontados como herdados, a moradora disse ter comprado, ainda, a sua mesa de jantar (imagem 99 e 101) em uma loja que não existe mais chamada Ime, que localizava-se na Av. Brasil esquina com a Av. Nove de Julho. As duas cadeiras Luís XV (imagem 98) presentes na

sala de seu apartamento pertenceram à sala de visitas em estilo “bem antiga” existente na casa de sua mãe, onde, segundo dona Ana Helena, havia um piano cujo banco também era dourado como essas cadeiras e mais um sofá dourado.

Mobiliada com móveis, segundo a entrevistada, “cada um de uma época”, seus discursos parecem demonstrar, de um modo geral, um desapego à vida material. A moradora diz estar satisfeita com o apartamento aonde reside atualmente e aliás, diz que adora morar ali. Ao lhe perguntar se sentia falta de algo que possuía quando morava na casa de seus pais, obtive a seguinte resposta:

“Não... eu, engraçado, eu tenho um temperamento muito assim, o que é meu, eu gosto, agora, quando deixa de ser meu, eu não ligo.” (Ana Helena, Brooklin, grifos meus)

Também não houve a interferência de algum arquiteto, designer ou decorador de interiores nesta residência. Nesse sentido, obtive a seguinte resposta ao lhe perguntar se, em algum momento havia lido, ou se costumava ler, revistas de decoração de interiores:

“Olha, eu não compro essas revistas, eu vou ser sincera, eu vejo em consultório médico, em dentista... [risos]” (Ana Helena, Brooklin, grifos meus)

Fica claro, deste modo, que dona Ana Helena se encaixa no perfil social aqui determinado como relativo à elite antiga apegada à tradição. No entanto, o curioso em seu caso, é que sua trajetória de declínio econômico claramente observável pelo conjunto dos seus discursos e imagens de sua atual residência apresentadas não aparece como motivo de decepção ou lamento. Não tive acesso aos motivos que levaram ao seu declínio financeiro, no entanto, dona Ana Helena não parece ser uma pessoa ressentida pela perda de toda uma série de confortos, estilo de vida e acesso a práticas realizadas pelas elites tradicionais.

Seu aparente desapego material tal como expresso pelo discurso: “(...) engraçado, eu tenho um temperamento muito assim, o que é meu, eu gosto, agora, quando deixa de ser meu, eu não ligo”, pode ser, no entanto, na realidade um recurso de acomodamento e adaptação ao declínio vivido. De todo modo, apesar de em determinado momento de sua vida ter tido acesso a todos os recursos materiais e simbólicos disponíveis às elites, dona Ana Helena parece ter se adaptado bem à sua atual situação.

Residência IX do Caderno de Imagens

Outra residência que aparece como pertencente a moradores de determinada elite de origem antiga apegada à tradição é a de Heloisa, a residência número IX do Caderno de Imagens. Neste caso, não parece ter havido um processo de declínio financeiro em relação aos antepassados. Deste modo, a forte presença de mobiliário herdado que encontramos decorando a residência expressaria uma valorização da manutenção de referências materiais e simbólicas que remeteriam às origens dos moradores, e não uma economia de recursos financeiros.

Antes de morar nesta residência, o casal Heloisa e Eduardo vivia com seus filhos em uma casa na Granja Julieta que fazia fundos para o Clube Hípico de Santo Amaro.⁷⁷ Segundo Heloisa:

“a minha casa era uma casa que era do meu pai, então tinha cocheira, tinha tudo, e tinha servidão pro Clube, eram dois terrenos muito grandes, tanto que lá tinham duas casas, tinha a minha casa e a casa do meu irmão. Então eu morava lá e a casa era com um terreno muito maior [que o da casa atual], e era uma casa grande também...”
(Heloisa, Morumbi, grifos meus)

O casal teria decidido se mudar para esta casa no Morumbi aonde vivem há quase dez anos em função da localização, pois a Granja Julieta seria muito distante de tudo. De aproximadamente 600m²,⁷⁸ a idéia inicial era, segundo a entrevistada, construir uma casa menor, porque seus filhos já não moravam mais com eles. Mas, como Heloisa já estaria habituada a viver em casas grandes, com coisas grandes, pois sempre teria morado em casas deste porte, esta casa acabara ficando grande também.

No período em que planejavam construir esta casa no Morumbi, os moradores procuraram um arquiteto para desenhar e edificá-la. A explicação abaixo, sobre o desencontro de idéias entre a moradora e um possível arquiteto a ser contratado para realizar a obra é reveladora do gosto e ligação da moradora com seus bens:

⁷⁷ Tal como informa o discurso de Heloisa: “Então a minha casa, ela dava pro fundo, depois da piscina [do Clube] cê via a minha casa, tanto que às vezes passava gente andando a cavalo dentro de casa.”

⁷⁸ No andar de cima, a casa possui três suítes com closets, sendo que no quarto do casal há um closet para cada um. No andar térreo, há uma grande sala com três ambientes, lavabo, mais um jardim de inverno, cozinha, lavanderia, dois quartos de empregada, mais um banheiro, e uma garagem no subsolo que cabe, segundo a entrevistada, muitos carros. Há também um elevador que leva ao piso de cima que fora planejado para quando o casal envelhecer. Possuem ainda duas empregadas domésticas que dormem no emprego.

“Foi muito engraçado, quando eu resolvi fazer essa casa, uma amiga minha falou: ‘ah, chama o Arthur Matos Casa’, aí... eu falei: ‘tá bom’, eu não sabia... chamei. Apareceu ele. Na minha casa, velha. E eu, queria que ele fizesse uma casa pra mim, mas acontece que como essa minha amiga tinha me dito que ele era muito bom, eu acreditei nela e chamei ele. Eu não fui antes ver o que ele tinha feito. Então ele chegou na minha casa, a gente começou a conversar, parecia conversa de louco [risos], porque ele não tava entendendo o que eu tava querendo, e eu não sabia o que ele fazia, quer dizer, não dava, o estilo dele, ele dizia: ‘mas você quer se despojar de tudo isso que cê tem aqui?’, e eu dizia: ‘mas como assim despojar?’, ‘porque que cê tá falando isso?’, aí ele disse: ‘porque o meu estilo é outro’, quando eu fui ver o que ele fazia, eu falei bom, ‘cê me desculpa, eu não sabia, eu acho que cê faz umas coisas muito legais, mas seria uma coisa pra fazer uma loja, uma coisa muito diferente, mas nunca a minha casa, porque eu sou cheia de coisa, então como é que eu vou me desfazer das minhas coisas?’ Eu não podia mudar, eu não ia fazer uma casa moderna, uma casa sem enfeites, uma casa assim *clean*, eu não sei fazer isso” (Heloisa, Morumbi, grifos meus)

Heloisa e Eduardo acabaram contratando o arquiteto Marcos Tomanik para desenhar e construir sua residência e este não interferiu na decoração dos interiores, que ficou ao cargo de Heloisa. A casa foi construída inspirada no estilo francês provençal, que a entrevistada teria conhecido em uma viagem ao sul da França. Já a decoração não teria, de acordo com a entrevistada, um estilo específico. Seria na realidade uma “mistura de coisas”, quase todas herdadas. Quando lhe perguntei aonde havia comprado seus móveis ou se havia herdado algum, obtive assim o seguinte depoimento:

“[Herdei] Quase tudo. Eu não comprei móvel. Eu não comprei nada de móvel assim... agora, sabe, eu comprei uma coisa ou outra. Eu comprei esse espelho [imagem 112] que eu não tinha... uma coisinha ou outra. Por isso que também eu acho que a casa ficou boa, porque ela... dá um ar de casa vivida, que é coisa misturada, com coisa que era da minha família, com coisa da família do meu marido, a gente vai ajeitando... entendeu? Eu não montei a casa, não tem “ah, decorei em tal loja”, não tem loja. Eu não fui em loja nenhuma, entendeu? Fui em lojas de tecidos, isso eu fui, naquela... Entrepasto, comprar um tecido aqui outro ali, cortina, isso tudo eu fiz, um tapete ou outro que tava faltando... mas nada de “fiz a decoração em tal loja”. (Heloisa, Morumbi, grifos meus)

Ainda sobre heranças, Heloisa diz:

“tinha o meu sogro também, era colecionador, então tinha quadros dele, então tem um monte de coisa, que vem, que a gente herda, então as coisas chegam, cê vai misturando, então eu não vou dizer pra você “ah, essa casa, ela é decorada estilo francês”, porque não é, nem eu sei que estilo que é. Tem móvel inglês, tem móvel francês, tem móvel que não é nada, tem de tudo na casa, entendeu? (Heloisa, Morumbi, grifos meus)

Referencio a seguir, nas imagens disponibilizadas, os bens apontados por Heloisa como herdados. Na imagem 103, de um dos ambientes da sala, tanto o sofá, quanto as duas poltronas, o aparador ao fundo à direita, a escrivaninha ao fundo à esquerda, bem como as duas mesas junto às laterais do sofá e a mesa baixa que serve como bar, seriam todos herdados. Já o tecido para as cortinas, do sofá e das duas poltronas (que foram trocados), seriam relativamente novos, pois os teria comprado e trocado para esta casa em uma loja chamada Entrepasto.

No outro ambiente da sala que pode ser observado na imagem 104, também seriam herdados: o aparador que dá costas para o sofá no centro da imagem, as duas mesas nas laterais do sofá, e as duas poltronas mais ao fundo à esquerda. Em frente à estas duas últimas poltronas há um *recamier* que não é possível ver que a moradora disse ter comprado mais recentemente mas acabou não mencionando a loja. Na imagem 105 de outro ambiente da mesma sala, afirmou que as duas mesas, os dois quadros, os três tapetes, e o lustre, também seriam herdados.

Já tudo o que se vê nas imagens 107 e 108 respectivamente da área externa e cozinha da casa, foi feito e adquirido, segundo a moradora, especialmente para esta nova casa. A coleção de louças nas imagens 109 e 115 foram ambas herdadas, bem como o móvel de madeira escura que abriga a louça na imagem 115. A enorme tapeçaria da imagem 113, e o grande quadro da imagem 114 pendurado na parede da lateral esquerda da imagem 113 (onde fica a escada que conduz ao piso superior) e que pode ser avistado desde o hall de entrada, também foram herdados. As mesas de cabeceira e os quadros do quarto do casal observados na imagem 116 também são heranças.

Para se ter uma idéia das amplas dimensões dos espaços desta residência, vale dizer que a imagem 120, que mostra uma escrivaninha antiga com um quadro na

parede acima, se localiza dentro do closet de Eduardo, e seriam ambos herdados. Já as imagens 117, 118, e 119, são todas do banheiro de Heloísa (pois seu marido possui o seu próprio banheiro junto ao seu closet). A porta de vidro que pode ser observada na imagem 118 abre para uma sacada à qual se tem acesso exclusivamente a partir do banheiro. A imagem 119 permite ver, do lado esquerdo, a passagem que dá acesso ao closet de Heloísa.

Uma série de informações indicam assim, que os moradores Heloísa e Eduardo ocupam uma posição social privilegiada em termos financeiros. Proprietários da residência aqui descrita e expressa nas imagens disponibilizadas, o casal também possui, segundo a entrevistada, uma fazenda no interior do Estado de São Paulo, aonde costumam se reunir com os filhos aos finais de semana. Nesse sentido, quando perguntei a Heloísa como ela faz quando precisa escolher algum móvel ou objeto de decoração para sua residência, obtive a seguinte resposta:

“Viagens, revistas, eu gosto de decoração. Eu reparo bem em coisa de decoração, e vejo, e viajo bastante, eu vou pra França, eu vou pra Inglaterra, eu vou pros Estados Unidos, então, eu vejo, eu gosto de coisa de loja, e tal... então eu tinha muita coisa [quando se mudou para a casa atual], e também sabia o que eu queria, entendeu? Pra fazer o estofado, o piso, por exemplo o piso aqui desse terraço aqui é um piso que nós fomos num hotel de Paris, e tinha esse piso muito mais trabalhado, né, e eu lembro que eu tirei fotografia do piso, eu falei: “eu quero um mosaico igual ou parecido com esse”, e aí eu... eu fui nesse lugar... que faz esses mosaicos, uma moça, ela chama Bartira, e aí ela fez.” (Heloísa, Morumbi, grifos meus)

A este respeito, Heloísa afirmou ainda, ler revistas de decoração de interiores. Disse que gosta muito das francesas, citou a *Cote Sur*, e disse que em geral prefere as revistas estrangeiras. No entanto, esta leitora de revistas de decoração não seria o tipo de consumidora que buscaria orientação para suas escolhas nestas mídias, pois, como diz seu próprio depoimento:

“eu acho que o importante numa casa, é a casa ser o que você é. Porque por exemplo, eu não teria medo nenhum, de sair daqui, porque eu ia fazer outra casa com a minha cara. Cê entendeu? eu acho que... a gente leva a casa, a gente faz, a casa de gente. Eu por exemplo adoro essas casa modernas, esse jeito *clean* eu não acho feio, mas eu seria incapaz e também não sei fazer aquilo. Eu gosto de coisa. Eu gosto de ter minhas

coisas, eu lembro da minha vida, né. Tem uma estória da minha estória.” (Heloisa, Morumbi, grifos meus)

Tal como demonstrado, a decoração da residência de número IX do Caderno de Imagens é feita, em grande medida, a partir de móveis, quadros, louça, e demais bens antigos herdados. A imagem 110, que mostra uma composição de inúmeros quadros de diversos tamanhos e formatos sendo todos fotografias ou pinturas dos diversos membros das famílias e antepassados do casal, aparece como outro indicador do apego às origens e orgulho da tradição familiar. Deste modo, apesar do mobiliário aqui encontrado ser quase todo de madeira escura, das molduras dos quadros serem pesadas e rebuscadas, sendo ainda a maior parte pintada em tons de ouro velho, a casa de Heloisa é nova, suas paredes são claras, há bastante luz natural penetrando nos ambientes. Cômodos como a cozinha e os banheiros são decorados de modo mais moderno e repletos de bens de serviços visivelmente novos, modernos, e de alto custo, como o fogão e a cozinha planejada.

Portanto, a decoração da residência de Heloisa expressaria tanto o apego dos moradores à uma estética tradicional, quanto o uso de seus recursos financeiros para a obtenção de serviços de luxo modernizados, como a banheira de mármore instalada no meio do amplo banheiro de Heloisa. Outros exemplos de que estes moradores possuem altos níveis de capital financeiro são, o conforto oferecido por bens de luxo como a cama do casal, o cuidado com os detalhes da decoração do banheiro, o piso decorado do jardim de inverno (imagem 112), a pedra decorando de modo suntuoso o piso do hall de entrada (imagem 113), etc. Descendentes de famílias que ocupariam determinadas posições sociais de prestígio, Heloisa e Eduardo teriam se mantido em uma posição social relativamente similar à de seus antepassados tanto em termos culturais, quanto financeiros.

Residência VI do Caderno de Imagens

Prossigo esta análise direcionando-me à Residência VI do Caderno de Imagens, de Lia. Buscarei mostrar aqui, que a decoração desta residência expressa o pertencimento de seus moradores à fração da elite de origem antiga modernizada. Tal como inicialmente descrito, os representantes desta tipologia teriam o respaldo do pertencimento a famílias advindas da elite tradicional, mas, diferentemente da elite de origem antiga apegada à tradição, teriam renovado seus repertórios sociais e culturais

de acordo com as inúmeras e intensas transformações da modernidade e do mundo dos negócios contemporâneo.

A decoração da residência de Lia claramente reflete a definição acima. Passo aqui, à análise das imagens: Trata-se, no geral, de uma decoração de tipo moderna. O predomínio de linhas retas no mobiliário, a mistura harmônica de estilos dos móveis, as molduras mais simples dos quadros, a presença de obras de arte (de tipo abstrata, fotografias, artesanato brasileiro, gravuras), ambientes espaçosos, uma relativa despreocupação e um despojamento com relação a organização extrema das coisas nos espaços. A arquitetura visivelmente moderna da casa, e a presença de bens herdados compõem ainda, um conjunto de marcadores de capital cultural relativo à elite herdeira de repertórios materiais e simbólicos que teria atualizado seus repertórios estéticos.

De acordo com um dos ideais da arquitetura modernista, esta residência expõe seus moradores à um maior contato com o meio externo através do uso de muito vidro e janelas grandes. Assim, há muita luz penetrando na casa de Lia através das janelas e portas de correr de vidro. Além do vitral da fachada da casa, que não só permite a entrada de muita luz natural mas é também uma obra de arte de grande porte da artista plástica paulistana Renina Katz, amiga da família.

As linhas retas e simples dos móveis podem ser observadas, por exemplo, na mesa de centro da sala (imagem 67), na mesa de jantar (imagem 69) confeccionada pelo designer brasileiro Carlinhos Motta, na cadeira Charles Eames (um desenho premiado - imagem 70), no sofá e poltrona da imagem 72, e nas espreguiçadeiras de madeira na varanda (imagem 74). Já a mistura de estilos de móveis é encontrada, por exemplo, na presença da marquesa da imagem 71 (herdada) posicionada no mesmo ambiente que a poltrona Charles Eames. Ao fundo, na imagem 70, temos ainda uma outra peça de design, uma mesa Saarinen branca de tampo redondo, que, tal como pode ser observado na imagem 72, está situada ao lado de uma cadeira de balanço antiga de palhinha.

Observa-se ainda, um grande número de obras de arte decorando as paredes da casa. As paredes das escadas que conduzem aos três pisos da residência são todas ocupadas por quadros, tal como se vê na imagem 77. O interesse por arte abstrata, como a grande tela disposta no hall de entrada (imagem 76, à esquerda), gravuras, como a da imagem 82, artesanato, como a máscara pendurada no hall de entrada (imagem 76, à esquerda), e painéis de barro na última prateleira da cozinha (imagem 80), além dos dois cocares indígenas emoldurados e pendurados em um pilar lateral da

sala (imagem 68 e 73), são exemplos de marcadores de capital cultural. No caso, de marcadores de repertórios culturais especificamente modernos e contemporâneos.

O uso de cores vivas na decoração, como o vermelho dos sofás das salas das imagens 67 e 72, o verde da poltrona da imagem 72, o azul turquesa das janelas das salas, além das almofadas coloridas das imagens 72 e 74, trazem ainda uma certa descontração e um pouco de humor para a decoração, diferente por exemplo, da sobriedade encontrada na Residência I do Caderno de Imagens. Segundo a moradora Lia, a decoração de sua residência “É um samba do crioulo doido [risos], um pouco de tudo.” E, a habilidade em realizar a composição destes diferentes bens em espaços comuns de forma harmônica deve-se à sua própria concepção estética. Pois, como disse a entrevistada:

“É tudo da nossa cabeça, (...) Não tem a mão de nenhum decorador, então a gente, acha que precisa de uma estante, então vai atrás de alguém que faça uma estante, ou quer mudar o sofá e compra o tecido, mas é tudo da nossa cabeça.” (Lia, Pacaembu, grifos meus)

Apesar de não ter contratado e não sentir a necessidade de um profissional para ajudar na decoração de sua residência, Lia afirmou ler algumas revistas de decoração de interiores. No entanto, as lê esporadicamente, como uma espécie de atividade de lazer durante viagens. Representaria assim, tal como analisado no Capítulo 1, um tipo de leitora que buscaria nestas revistas uma atualização das tendências e novidades no mercado de decoração em geral, e não uma orientação para suas escolhas.

Nascida em uma casa também no bairro do Pacaembu, Lia vive há 22 anos na residência fotografada⁷⁹, que passou por uma grande reforma em 1985, onde já vivia há onze anos com seu marido Fernando. Lia tem o curso superior completo, é consultora de programas de férias, e seu marido, administrador, concluiu seus estudos até o mestrado. Os três filhos do casal não moram mais com eles. Filhos de imigrantes

⁷⁹ A casa possui: uma suíte com dois closets, três outros quartos (que eram um da cada um dos três filhos do casal), dois banheiros, dois quartos de empregada, banheiro de empregada, cozinha, dispensa, uma salinha que era uma sala de piano, lavanderia e mais um banheiro, sala de visita, sala de jantar, e uma sala de televisão. Em baixo há mais um porão com dois banheiros, e em cima (no terceiro andar) tem dois escritórios, um banheirinho, e uma salinha. Fora a área externa, com uma piscina, jardim, um quintal na frente da casa, a garagem e o jardim da frente.

judeus que chegaram ao Brasil ainda crianças com seus pais, Lia e Fernando teriam herdado certas referências culturais trazidas por seus avós do Leste europeu.⁸⁰

Ao se fixar em São Paulo, o avô de Lia estabeleceu um negócio no ramo de fotografia, som, e ótica que se tornara um empreendimento de sucesso no país. As informações obtidas nos permitem identificar ao menos, e de modo geral, quando e como se formaram as bases sócio-econômicas que proporcionaram à gerações anteriores da família de Lia um posicionamento privilegiado na hierarquia social. Quanto aos pais e avós do marido de Lia, não tive a oportunidade de obter maiores informações, mas sabe-se que também são filhos de imigrantes judeus.

Deste modo, o pai de Lia, e posteriormente seus irmãos e marido, deram continuidade aos negócios de seu avô. Sua família manteve, com algumas mudanças e adaptações, a empresa fundada por seu avô nos anos que se seguiram ao seu falecimento. Tal empreendimento fora portanto, administrado de forma competente pelos sucessores do avô de Lia, que adaptaram a empresa familiar às transformações do mundo dos negócios, possibilitando, conseqüentemente, a manutenção de suas posições sociais na camada dominante da sociedade.

Apesar de podermos questionar o pertencimento destes moradores da Residência VI do Caderno de Imagens à chamada elite de origem antiga modernizada dada a relativa recente ascensão dos mesmos à classe em questão, acredito que podemos, para satisfazer aos fins desta pesquisa, considerar o pertencimento à uma terceira geração na elite tempo suficiente para que uma família seja considerada, no Brasil, de origem antiga. Pode-se dizer, em um país de história recente como o nosso, que fazer parte da terceira geração de uma família que teria se mantido de maneira relativamente estável em uma posição social privilegiada já garantiria o recebimento de algum tipo de herança, seja ela financeira, material e simbólica, ou cultural. Nesse sentido, é possível verificar, através da análise do material apresentado, que a entrevistada em questão herdou níveis significativos de capital cultural, social, e econômico de seus pais e avós, que já pertenciam à uma elite.

⁸⁰ É sabido que o pertencimento ao judaísmo costuma resultar tanto no acesso à valores e costumes específicos, quanto no acesso à uma forte rede de sociabilidade de ajuda mútua. A cidade de São Paulo abrigou uma grande quantidade de imigrantes judeus durante a segunda guerra mundial. Assim, parte deste processo maior de imigração, certamente os avós da entrevistada e suas famílias, se beneficiaram das vantagens oferecidas (e que continuam a existir) pelos acordos de ajuda mútua entre membros da colônia judaica em São Paulo. Deste modo, seguramente, a religião aqui apareceria como um fator a ser considerado caso fôssemos realizar uma investigação mais aprofundada da trajetória que os levou a ocupar uma posição de elite. Ademais, sabe-se também, da valorização dada nesta religião à formação intelectual em geral, tanto no ensino formal quanto através estudos complementares alternativos, como aqueles ligados ao mundo das artes. O que explicaria, por exemplo, o grande número de judeus atuando hoje nos meios acadêmico e artístico em geral.

Ao lhe perguntar se ela se considera uma pessoa da elite, ou parte de algum tipo de elite, obtive a seguinte resposta de Lia:

“É, eu acho que morando numa casa boa, bonita, num bairro bacana e tudo já é... uma elite, né, eu acho que é... Uma casa grande, que eu posso manter, que apesar dos filhos terem saído eu posso morar aqui, tudo, eu acho que... eu me considero sim, me considero.” (Lia, Pacaembu, grifos meus)

Sobre a frequência com que recebem visitas, obtive o seguinte depoimento:

“a gente acho que recebia mais, agora talvez, uma ou duas vezes por mês que vem, e a gente faz um jantar, mais os filhos, vem, toda segunda-feira vem meu filho, mais meu pai, minha mãe, então, vem bastante gente mas não é uma visita formal, assim... né, e... a gente uma vez por ano faz um jantar grande, que aí tem que tirar todos os móveis de lugar, faz uma mesa comprida (...).” (Lia, Pacaembu, grifos meus)

Ao perguntar a Lia se haveria um lugar da casa onde a decoração seria feita com mais capricho obtive ainda, a seguinte resposta, que vai ao encontro do depoimento anterior sobre o freqüente recebimento de visitas mais formais e informais:

“Olha, o lugar que a gente mais investe é a sala, e... não sei, acho que é um lugar que tá sempre clarinho, como a gente usa bastante a sala, é um lugar que eu gosto de ver arrumado, eu penso bastante na sala.” (Lia, Pacaembu, grifos meus)

Tal como as duas entrevistadas anteriormente aqui analisadas, esta moradora também se reconhece como parte de algum tipo de elite social. Do mesmo modo como fizeram dona Maria Célia e dona Ana Helena, Lia usa referências e atributos da residência onde vive para justificar seu pertencimento a uma elite. Menciona assim, o tamanho grande da casa, sua beleza, sua localização em um bairro nobre da cidade e, por fim, o fato de poder mantê-la, revelando também, ter noção de sua condição financeira elevada.

Segundo a moradora, os móveis de sua residência foram adquiridos em diversas fontes: de designers (como previamente mencionado), em antiquários, outros são heranças, e em lojas como a Formatex e a Pró-Objeto. No entanto, Lia diz, tal como

expresso a seguir, que preço é um fator que também considera na hora da escolha de um móvel:

“por exemplo, a gente acabou de comprar umas cadeiras aqui pra fora, porque essas estão muito velhas já, estão caindo aos pedaços, então procuramos cadeiras que fossem, dentro de um orçamento razoável, a gente não gosta de comprar coisas assim super caras, a gente prefere comprar coisas baratas, bonitas, e que combinem com o nosso gosto, né. De vez em quando a gente vê uma peça, por exemplo essa cadeira, que não é uma coisa, não era necessário, mas, eu achei que o Fernando ia gostar, eu achei bonita, então eu comprei.” (Lia, Pacaembu, grifos meus)

O discurso acima, onde Lia diz que apesar de não ser necessário, ainda assim comprou a cadeira mencionada, dá a entender que se tratou de uma aquisição que de acordo com suas referências, lhe teria sido dispendiosa. Apesar de visivelmente se tratar de uma residência cujos moradores possuem um alto nível financeiro, também é possível notar que não há intenção de ostentação nesta decoração. Ao observar as imagens da decoração das salas, pode-se perceber que apesar de repleta de adereços, também não transmite a idéia de acúmulo e sobrecarga de coisas e informações.

Parece haver nesta residência, uma ocupação espontânea dos espaços, um preenchimento dos mesmos adequado em relação aos tamanhos dos espaços disponíveis. Expressa uma lógica de ocupação consistente com as referências e valores dos próprios moradores, sem a interferência ou imposição, por exemplo, de sugestões de um profissional do ramo da decoração. Trata-se de uma decoração construída ao longo dos anos, sem a influência explícita de modismos e, ao mesmo tempo, expressiva das referências pessoais e da tradição familiar dos mesmos. Vale dizer, que os repertórios de tradição herdados seriam, neste caso, relativos aos de uma elite tradicional de tipo mais moderna, empreendedora, e um tanto recente, diferente por exemplo das elites tradicionais dos barões do café. Tais moradores aparecem assim, mais próximos do tipo de elite aqui esboçada como de origem antiga modernizada.

Residência III do Caderno de Imagens

Outra residência que aparece como pertencente a moradores da chamada elite antiga modernizada é a de número III do Caderno de Imagens. Esta residência teria passado por uma grande reforma depois que este casal, ambos em seus segundos

casamentos, decidiu que morariam juntos. Tratam-se na realidade, de dois apartamentos em um mesmo andar de um edifício de dois apartamentos por andar que foram unidos pelas suas cozinhas. Como disse o próprio morador entrevistado: “Então na verdade é uma casa dividida em duas, ou duas casas unidas”.

Assim, cada um dos apartamentos possui uma suíte (a imagem 37 e 38 referem-se ao quarto de Felipe, e as 39 e 40 ao de Silvia), um quarto e seu banheiro que também serve como lavabo (a imagem 36 mostra o banheiro do apartamento de Felipe que também serve como lavabo), uma sala em “L” (a sala do apartamento de Felipe compreende as imagens 26, 27, 29, 30 e uma outra área logo a frente das duas cadeiras da imagem 30; já a sala do apartamento de Silvia compreende as imagens 31 e 32, e uma outra salinha do lado oposto à área da imagem 32, onde há uma salinha de televisão integrada ao mesmo ambiente da sala), e uma cozinha única (imagem 33) que é dividida pelos dois apartamentos. O banheiro de empregada de um dos lados foi transformado numa dispensa, e do outro lado permaneceu como banheiro de empregada. O quarto de empregada da planta original virou área de passar roupa em um dos apartamentos, e o quarto de empregada do outro apartamento se manteve como tal, assim, segundo Felipe: “[a empregada] pode dormir quando precisamos para dar uma festa, receber amigos, etc.”, pois disse que eles não gostam da idéia de ter empregada que dorme no emprego.

Deste modo, de um lado reside Felipe, com 61 anos de idade e herdeiro de uma Fundação voltada para as artes na qual trabalha e administra, e no outro mora Silvia, uma arquiteta de 52 anos. Cabe dizer, que sendo Silva arquiteta o casal não contratou nenhum arquiteto ou decorador de interiores. No entanto, quando perguntei a Felipe se eles acompanhavam a moda para realizar a decoração de sua residência obtive o seguinte depoimento:

“Não, de jeito nenhum. Não existe moda aqui. Nunca houve. Moda, jamais. Nesse assunto de casa, não existe moda, existe o meu gosto e o gosto dela [de sua esposa]. Então o nosso gosto que é muito parecido, é o que tá orientando isso desde sempre. Nós jamais trocaríamos algo aqui nessas duas casas, nessa única casa, por causa da moda. Porque o João Armentano disse isso, ou porque o sei lá quem outro decorador inventou aquilo, mas em hipótese alguma.” (Felipe, Moema, grifos meus)

Felipe diz não se interessar por revistas de decoração de interiores, e justificou tal afirmação do seguinte modo:

“Porque... eu tenho aqui a decoração feita e eu não preciso descobrir nada de novo nas revistas. Eu me interesso sim nas revistas de artes, de artes plásticas. Mas é outra coisa. Vez por outra eu compro uma revista de artes plásticas, vou nas exposições, isso sim, mas as de decoração, não.” (Felipe, Moema, grifos meus)

Obtive o seguinte depoimento a respeito da decoração de sua residência e sobre porquê o morador acha importante decorar a casa:

“Bom, eu sou uma pessoa ligada às artes desde a mais tenra idade. Então desde os dezoito anos que eu tenho contato com o mundo das artes plásticas, e desde essa época que eu gosto do assunto, que eu compro arte, que eu ganho arte dos amigos artistas, e... através dos anos eu fiz uma coleção de arte que agora recentemente que eu comecei a reciclar. Então muitas das minhas obras que estão aqui hoje, que você tá vendo aqui na parede hoje, são recentes. Então, esse quadrão grande aqui, vermelho [imagem 29, à direita] é novo.

- De quem é?

“Do Dudi Maia Rosa. Aqueles desenhos da Mira Schendel [imagem 29, na parede ao fundo] são novos, porque eu reciclei. Então eu vendi coisas antigas que já estavam comigo há trinta, quarenta anos, e comprei coisas novas. Então pra mim isso é que nem oxigênio. Conviver com arte é a mesma coisa que fazer exercício físico, que almoçar, jantar (...)” (Felipe, Moema, grifos meus)

Para Felipe, todos os ambientes de sua residência, que acredita ter um estilo mais contemporâneo, são igualmente privilegiados em termos de decoração. De fato, como é possível observar nas imagens disponíveis, todos os cômodos desta casa possuem alguma obra de arte. Há assim, obras de arte na cozinha (há quatro quadrinhos na parede acima da bancada da cozinha na imagem 34 e outros três na continuação da mesma parede na imagem 33), no banheiro (na parede abaixo da janela na imagem 36), nos quartos (os quatro quadros na parede oposta à da cabeceira da cama de Felipe, na imagem 38, sendo o ao lado da janela de um artista polonês que mora no Ceará chamado Babinski; bem como quadros nas paredes do quarto de Silvia, nas imagens 39 e 40), no hall de entrada, e finalmente nas salas (acima da cômoda da imagem 25, acima do sofá da imagem 26, no vão abaixo dos livros no móvel embutido na parede da imagem 27, ao fundo, à esquerda e à direita nas paredes da sala da

imagem 29, atrás de um vaso de plantas e próximo ao chão na imagem 30, abaixo da grande janela de vidro da imagem 31 e nas demais paredes, e entre as janelas na parede da imagem 32).

Felipe afirmou ainda, que “com certeza” é capaz de reconhecer o designer, ou talvez a loja, o estilo, ou a época de fabricação de muitos móveis. E justifica tal habilidade da seguinte maneira:

“Ah, conhecimento, quer dizer, como eu te falei, eu tô com 61 anos, desde os dezoito que eu faço isso. Então eu viajei muito, tenho uma biblioteca bastante grande de tudo que você possa imaginar de arte, e arquitetura, móveis, né, pra não dizer decoração... Então por exemplo, esses móveis que você tá vendo aí, essa mesa Saarinen, [imagem 28] essas cadeiras Broiler [também na imagem 28] são móveis que tão aí no mercado desde os anos trinta, quarenta. Então são desenhos absolutamente clássicos. Esse sofá que cê tá sentada é um sofá super clássico de um designer italiano, essa mesa aqui é uma reedição duma... grife dos anos 50 que se chamava Branco e Preto, e assim por diante. Essas duas cadeiras [imagem 30] também são da Branco e Preto, então são coisas que a Sandra e eu conhecemos desde sempre, quer dizer, desde a faculdade, então você conhece isso. Quem fez os bons móveis, quem são os utensílios, tudo isso a gente conhece. Então se você vai na casa de alguém e você vê um móvel Art Déco você fala: “belo Art Déco, aonde é que você arranjou?”, “Ah, comprei no antiquário tal”, então você sabe do que se trata.” (Felipe, Moema, grifos meus)

Sobre a posse de móveis herdados, Felipe apontou a cômoda da imagem 25, que teria ganhado de noivado dos seus pais nos anos 70. Antes de morar neste apartamento em um edifício modernista em Moema, Felipe morou no bairro da Vila Olímpia por mais de vinte anos, em uma residência que, segundo o mesmo, era:

“casa, estúdio, jardim, era um sítio. Era o oposto disso que você tá vendo aqui, porque era enorme, tinha jardineiro, tinha... era um complexo. Era um sítio, tinha árvore frutífera, tinha cachorro, tinha o diabo a quatro. Hoje em dia... era muito gostoso de morar, mas era um assunto que exigia, assim digamos, um empenho e uma dedicação que esse apartamento não exige.” (Felipe, Moema, grifos meus)

Infelizmente, não encontrei a oportunidade para perguntar a Felipe se ele se considera uma pessoa, ou parte, de alguma elite social. Certamente tal depoimento

seria útil para esta análise, no entanto, me parece que há aqui indicadores suficientes para que possamos considerar este morador parte da elite de origem antiga modernizada. Em um dos discursos acima, o entrevistado se mostra muito seguro, por exemplo, sobre seu gosto e o de sua esposa para dar conta da decoração de suas residências. Além de rejeitar qualquer influência de modismos explícita e enfaticamente, Felipe descarta por completo a possibilidade de se orientar ou mesmo apenas se atualizar sobre decoração de interiores através da leitura de revistas especializadas.

Ter crescido, como ele mesmo afirma, em contato com o mundo das artes plásticas, ter sempre se relacionado com amigos artistas, o fato de ganhar obras de arte como presente pois seus amigos as confeccionam e, ou, sabem de seu interesse pelo tema, e finalmente o fato de possuir sua própria coleção de arte, expressa um alto grau de proximidade e familiaridade com o meio artístico e cultural. Encontramos ainda na residência integrada de Felipe e Silvia o gosto por um tipo de arte mais contemporânea, como as obras abstratas de Dudi Maia Rosa e Mira Schendel.

Ademais, o morador afirma possuir uma biblioteca bastante grande de arte e arquitetura, outro indicador de capital cultural. A tela da imagem 26 também é do artista brasileiro Dudi Maia Rosa, de 1975. Fernando me mostrou uma esculturinha branca na estante da sala de seu apartamento que teria servido de modelo para a execução desta tela. Ao final desta explicação, disse o seguinte:

“É, então, o Dudi é um artista super amigo, nessa época dos anos 70 tinha muito contato entre os artistas, se visitavam, se freqüentavam, havia muita troca, de... de trabalho entre os artistas, eu te dou um, você me dá outro, é... então tem uma história, bastante rica, aqui nessa tela e aquela esculturinha. Basicamente eu acompanhei o artista fazendo.” (Felipe, Moema)

Deste modo, além de expressar a posse de altos níveis de capital cultural, Felipe também parece ocupar uma posição social bastante confortável em termos financeiros. Herdeiro e administrador de uma Fundação deixada por seus pais, colecionador de arte, além do fato ter vivido em uma casa que, segundo ele “era um sítio” de tão grande que seria o seu terreno em meio a um bairro completamente urbanizado de São Paulo, bem como o fato de poder mobiliar sua residência (totalmente reformada) com inúmeros móveis de design de alto valor aquisitivo,

indicam seu pertencimento à uma camada social economicamente privilegiada.⁸¹ Trata-se por fim, de uma residência clara, com bastante luz natural e espaço para circulação que apresenta certa simplicidade no uso e na combinação dos bens e suas formas, que se encontram dispostos nos espaços em harmonia, transmitindo uma sensação de leveza.

Residência V do Caderno de Imagens

A análise das imagens da Residência V do Caderno de Imagens e dos discursos de seus moradores indicam que os mesmos se identificam com o tipo de elite aqui definida pelo termo emergente. Recém-casados, Bernardo, com 30 anos de idade e Natalia com 32, vivem juntos há cerca de um ano neste apartamento duplex de 164m² no bairro do Brooklin.⁸² Ambos são advogados e, segundo os mesmos, possuem pós-graduação completa.

O casal afirmou não possuir nenhum mobiliário, quadro, ou outro bem de decoração herdado, praticamente tudo que possuem em sua residência é novo.⁸³ Apesar de, tal como discutido no início deste capítulo, o fator geração poder explicar o não-recebimento de heranças materiais de tipo residencial, a completa inexistência de qualquer bem herdado aparece, mesmo nesta residência de jovens, como um possível indicativo do tipo de elite social à qual seus moradores pertenceriam. Não obtive muitas informações a respeito de suas origens familiares mas, sendo Bernardo irmão de uma conhecida minha, tive acesso a alguns dados que ajudam a situar um pouco os entrevistados nos seus segmentos sociais.

Sabe-se assim, que Bernardo, pertencente a uma família de classe média, crescera com seus pais e outros dois irmãos em um apartamento no bairro paulistano do Paraíso e teria cursado o primeiro e segundo grau em colégios particulares freqüentados pelas classes média-alta paulistanas. Temos a informação ainda, de que Natalia residira no bairro do Morumbi com seus pais até se casar, e que ambos se

⁸¹ Outro indicador de pertencimento à uma elite financeira é o hobby de Silvia, sua esposa, que pratica hipismo e possui seu próprio cavalo em um dos clubes hípicas mais tradicionais da cidade. Um tipo de esporte tradicionalmente praticado pelas elites, a manutenção de um cavalo de monta em um clube requer também a contratação dos serviços de um tratador e treinador para o animal, além do uso de uma indumentária específica, sendo o conjunto de todas estas exigências altamente dispendioso.

⁸² O apartamento possui três quartos, sendo dois suítes e o quarto do casal com closet, sala de estar e de jantar integradas, cozinha tipo americana aberta para a sala, um mezanino onde fizeram um *home theater* e um lavabo, uma varanda grande (com mesa de jantar, sofá, e televisão), lavanderia, quarto e banheiro de empregada.

⁸³ Os dois moradores foram entrevistados juntos, pois fui recebida pelo casal em sua residência em um domingo pela manhã e os dois foram respondendo às perguntas.

conheceram na faculdade de direito que cursaram. Ademais, Bernanardo começou a trabalhar na sua área de atuação desde o período da faculdade e se dedicou ao seu trabalho intensamente desde então.

Os primeiros moradores do apartamento que pode ser observado nas imagens de número 55 a 66 do Caderno de Imagens, Bernardo e Natalia contrataram duas decoradoras que trabalham em equipe para realizar um projeto de decoração para o imóvel que inaugurariam. Apesar de dizer que se interessam e gostam bastante de decoração,⁸⁴ o casal procura justificar a contratação de profissionais pela importância dos seus conhecimentos técnicos específicos, que os ajudaram a acertar, por exemplo, na escolha de tamanhos e proporções dos móveis, tal como expresso nos discursos a seguir:

“É, porque ela [a arquiteta] deu algumas sugestões, alguma coisa a gente queria mudar, a gente foi procurar outras opções no mesmo estilo, e a gente que escolheu. Os sofás foi a gente que escolheu, mas assim, a opinião dela era muito importante, assim, não, esse tamanho ideal de profundidade, porque a sala é estreita, ou assim, ah, esse sofá, esse modelo, tem muita personalidade, vocês vão cansar. Por exemplo a mesa, ela mostrou uma opção pra gente mas a gente foi numa loja e escolheu um modelo diferente do que elas sugeriram mas no mesmo estilo, então eu acho que elas foram importantes com muita coisa de conceito. (...) Mas por exemplo, elas colocaram um abajur parecido com esse [que se encontra em cima de mesa no canto esquerdo ao sofá da sala na imagem55], que é de prata, que foi uma coisa legal, que o Bernardo não achava legal e a gente ganhou de casamento, aí o Bruno “ai, é muito rococó, não é legal”, aí elas colocaram um outro parecido com esse, aí, e ficou legal, entendeu? Então eu acho que elas têm mais essa visão, que às vezes a gente tem preconceito, entendeu? (Natalia, Brooklin, grifos meus)

Nesse sentido, em outro momento da entrevista Natalia acrescentou:

“O gosto é nosso, muita coisa que se fosse por ela teria sido diferente, o conceito da casa, é todo nosso. São muitos toques delas, uma coisa que eu acho muito legal que

⁸⁴ Ao ponto de, por exemplo, fazer a seguinte afirmação: “a gente consideraria um evento ir na Casa Cor [feira de decoração] assim, olhar.” (Bernardo, Brooklin) Ou então: “a gente se diverte com essas coisas, tipo, natal, põem coisas de natal, pra dar uma mudada... a idéia é a gente colocar algumas coisas agora na páscoa, só pra dar uma mudada..” (Bernardo, Brooklin)

elas fizeram por exemplo foi, elas vieram um dia e montaram a nossa casa, quando já tinha sofá, tudo, elas vieram e encheram de enfeites a nossa casa pra gente ver como é que a casa ficaria, pra gente escolher algumas das coisas e poder ter umas referências pra gente poder ir comprar também. Então elas montaram os nichos, lá em cima tem vários também, é... negócio em cima da mesa, então elas disseram, separa tudo que vocês tem, deixa pra gente colocar, e elas trouxeram várias coisas de lojas diferentes, então aí foi legal porque dá um conceito pra casa, dá uma cara, você olha e fala, “ficou legal”, sabe? Assim, do que elas trouxeram, nem metade a gente ficou sabe, mas, a gente foi atrás de coisas que fosse numa mesma linha...” (Natalia, Brooklin, grifos meus)

Sobre as lojas aonde compraram seus móveis e demais objetos de decoração, obtive o seguinte depoimento:

“Olha, eu posso te falar que os nossos sofás [imagem 57 e 60] são da Bretton [mais especificamente da unidade desta loja dentro do shopping D&D, segundo fui informada], essa mesa de canto [mesa preta junto à direita junto do sofá na imagem 57] aqui é feita por um marceneiro mas é igual a uma da Bretton, é... o Buffet... a gente fez muita coisa com o marceneiro, e como o vidraceiro, tipo essa mesa foi feita pelo vidraceiro [de jantar, na imagem56], essa outra também, porque o tamanho dela é o limite do estreito do que dá pra ser, então várias coisas foram feitas sob medida. A gente procurou a gente mesmo muitas coisa, fomos procurar no D&D [shopping], na [Av.] Gabriel Monteiro da Silva...(...) Na época que a gente tava montando, a gente comprava muita revista, e lá na revista já tem a loja, né, então a gente já ah, então vamos nessa loja visitar e tal... e várias coisas a gente copiou da loja...” (Natalia, Brooklin, grifos meus)

As revistas que Natalia mencionou ter comprado na época em que estavam montando o apartamento foram, *Casa Claudia*, *Arquitetura & Construção*, e *Casa & Jardim*. Ambos os entrevistados disseram que adoram comprar estas revistas e afirmaram continuar consumindo tais mídias mesmo após o término da decoração do apartamento. O discurso acima de Natalia é explícito quanto ao tipo de uso que fizeram destas revistas. Para esta moradora, o consumo deste tipo de publicação aparece como tendo a função de orientação da conduta do leitor, tal como analisado no Capítulo 1.

De acordo com seu depoimento, a entrevistada se orientou pelas revistas para saber em que lojas ir para ver móveis para sua residência.

Antes de se casar com Natalia, Bernardo morou sozinho por um curto período de tempo em seu primeiro imóvel próprio na Vila Olímpia. Já para este primeiro apartamento, Bernardo contratou uma outra arquiteta para fazer um projeto de decoração e desenhar os móveis sob medida (que teriam sido encomendados a marceneiros), pois o apartamento era bastante pequeno e precisava de um bom aproveitamento do espaço. A este respeito, vale citar aqui o discurso abaixo:

“Antes de eu morar sozinho eu não tinha idéia do mundo da decoração, né, eu não operava nesse mercado [risos], e aí então, aquilo lá foi... é... eu descobri o mundo da decoração, e me diverti muito fazendo o negócio, comecei a ver revista, porque é tipo uma arte, tem design... é interessante... é uma coisa que eu até brinco que é o meu lado feminino, assim, eu acho legal pra caramba decoração.” (Bernardo, Brooklin, grifos meus)

Obtive ainda, o seguinte depoimento quando perguntei ao casal se eles se consideravam parte da elite ou de alguma elite:

“Sim. Bom, é... vamos dizer... pela... não só social, como também intelectual. Os dois tem pós-graduação, tem... acesso à informação, a gente viaja pro exterior, é... a gente sai pra jantar em restaurantes, temos carros novos, é... então vamos dizer, a parte material, a gente dispõem de coisas que eu considero que a elite dispõem. Além disso a gente tem alguns hábitos, que eu considero, não sou sociólogo, mas... a gente tem hábitos que eu considero que a elite também tem, que é viajar para o exterior...” (Bernardo, Brooklin, grifos meus)

Em seguida ao depoimento acima de seu marido, Natalia complementou:

“Mas a gente não tem helicóptero, avião, [risos] depende do grau de elite.”

Bernardo finalizou a resposta do casal com o seguinte comentário:

“Mas considerando o Brasil, vai, classe A, B, e C, daí a gente se considera classe A, dentro do Brasil. Obviamente que, estamos começando a vida, né, quer dizer, aquelas

estatísticas de não sei quanto dinheiro aplicado... obviamente não...” (Bernardo, Brooklin)

Os diversos depoimentos acima relacionados à contratação de um profissional do gosto⁸⁵, o tipo de uso que afirmam fazer das revistas de decoração, e os discursos sobre a auto-percepção dos entrevistados, principalmente de Bernardo, sobre sua própria posição social, contribuem para a compreensão destes moradores como pertencentes a uma elite de tipo emergente. Ao observar as imagens disponibilizadas é possível notar que, já no início de suas carreiras profissionais, Bernardo e Natalia alcançaram uma condição de vida material bastante confortável. Além do poder de compra de um imóvel como este, em um condomínio de duas torres de edifícios com uma estrutura de serviços de lazer e segurança de alto padrão, a posse de veículos novos, a freqüente realização de viagens ao exterior, e o hábito de jantar em restaurantes tal como mencionado, o casal também teve condições financeiras de contratar arquitetas para decorar seu apartamento com mobiliário de alto custo.

Ao responder a pergunta sobre se ele se considera parte da elite, Bernardo expressa sua consciência de que o poder de consumo que o casal possui, bem como seu nível de escolaridade, lhes propicia um padrão de vida referente ao da elite. Deste modo, a sua própria concepção de pertencimento ao que lhe parece ser uma elite social estaria baseada na sua situação econômica, no seu poder de compra e de consumo de bens e serviços. Seus discursos levam a crer que seu desempenho profissional e seus esforços pessoais, revertidos em sucesso financeiro, teriam resultado no acesso à condições materiais e hábitos cultivados por parte das elites paulistanas. Assim, trata-se aqui, do pertencimento à uma elite basicamente financeira.

Nesse sentido, a contratação de arquitetas que atuariam como corretoras do gosto apareceria como reveladora da falta de confiança dos entrevistados em seus próprios repertórios estéticos para decoração. Por outro lado, a contratação das mesmas demonstra a crença dos entrevistados na eficácia simbólica do trabalho realizado por tais profissionais.

As fotografias aqui apresentadas da casa de Bernardo e Natalia poderiam perfeitamente ser publicadas em uma matéria de uma revista de decoração como a *Casa Claudia*, por exemplo. Além do aspecto extremamente novo de tudo neste apartamento, a decoração desta residência certamente transmite a imagem de que seus

⁸⁵ Este aspecto da profissão dos arquitetos, designers, e decoradores de interiores que atuariam como profissionais do gosto, ou corretores do gosto, será desenvolvido no Capítulo 3.

moradores são financeiramente bem-sucedidos. Aqui, a decoração segue a moda corrente neste segmento, os bens aparecem dispostos como que em um cenário, pois se encontram extremamente organizados e regularmente alinhados nos espaços.⁸⁶ O design do mobiliário, as cores e estampas utilizadas, e os modelos de última geração de equipamentos de serviços e entretenimento como a geladeira em aço escovado de porta dupla [imagem 58], e o *home theater* [imagem 61], resultam em um conjunto estético que transmite a idéia de vitrine, como se tudo estivesse arrumado e pronto para ser visto.

Apesar da intenção dos moradores, observada nos discursos acima, de mostrar que, em meio ao processo da decoração sugerida pelas profissionais, muitas das decisões e escolhas quanto à decoração de sua residência as teriam tomado por conta própria, ou seja, sem a ajuda ou orientação das arquitetas que eles mesmos contrataram para tal, as idéias e sugestões destas profissionais, mesmo que nem sempre estritamente acatadas, parecem ter sido, em grande medida, incorporadas. Fica claro nos discursos acima a influência das profissionais sobre as escolhas dos moradores, o que acaba por resultar na concepção de uma decoração um tanto artificiosa nesta residência.

Residência X

Analiso agora, baseada nos discursos obtidos e em minhas observações, a única residência pesquisada que não me foi permitido fotografar. O fato deste ter sido o único morador entrevistado que não concordou em que eu fotografasse sua residência já é um dado a ser considerado. Nascido na Argentina e naturalizado brasileiro, hoje com 64 anos, Thiago é um diretor de cinema conhecido no meio cultural e artístico brasileiro e internacional. Assim, vale dizer que a maneira como Thiago me disse seria e educadamente que não me permitiria fotografar sua residência me soou como uma

⁸⁶ Por exemplo, a imagem 57 permite uma perspectiva de mirada na sala que possibilita observar a organização dos bens nos espaços. No canto direito nicho retangular do meio da parede de pé-direito duplo temos dois solitários pretos iguais, um maior e outro um pouco menor, dispostos lado a lado paralelamente. No mesmo nicho, ao meio, temos outros três vasilhinhos decorativos no mesmo tom de vermelho escuro dispostos em um padrão de distanciamento proporcional entre si. E, no canto esquerdo do mesmo nicho temos um único solitário, da mesma cor que os dois primeiros do lado oposto apenas de um modelo ligeiramente diferente dos primeiros. As almofadas do sofá estão dispostas em duplas,, igualmente posicionadas nos dois cantos opostos do sofá. O mesmo é feito com as almofadas do sofá da varanda, da imagem 60. Ainda na imagem 60, temos dois objetos redondos de modelos e cores iguais situados paralelamente na última prateleira de madeira. Vale dizer ainda, que não há nenhuma obra de arte de qualquer tipo nesta residência. Muitos dos pequenos objetos de decoração encontrados, como os vasos e solitários analisados, parecem ainda, ser modelos de tipo industrializado, vendidos em larga escala e sem personalidade.

medida de proteção, no sentido preservar sua vida pessoal, já que sua atuação profissional já é bastante pública.⁸⁷

Na falta de imagens faço, deste modo, uma breve descrição da residência visitada. Localizada no bairro da Vila Nova Conceição, trata-se de uma casa projetada e construída pelo prestigioso arquiteto brasileiro Isay Weinfeld. A mesma teria sido feita, segundo o morador, para aquilo ele precisava. Thiago vive nesta residência há oito anos e, atualmente, os únicos moradores são ele e uma empregada doméstica que dorme no serviço. Com um projeto um tanto atípico, o sobrado onde Thiago reside possui cerca de trezentos metros quadrados de área útil e foi construído a partir do aproveitamento das estruturas originais de um antigo galpão de carpinteiro que antes existia ali.

Assim, no piso superior há apenas duas grandes suítes, a de Thiago e outra para hóspedes. Tais suítes são separadas por uma grande área aberta para o vão livre de pé-direito muito alto onde se localiza o escritório. Também muito espaçoso, e com uma longa e alta parede ao fundo repleta de livros, o escritório fica como que suspenso sobre a sala. Rumo ao térreo, ao qual se tem acesso por uma escada em caracol que sai do escritório, chega-se à sala com dois ambientes, sendo um de jantar e outro de estar. Existem dois jardins na casa, um que é uma verdadeira mata que se atravessa para chegar na casa vindo da rua, e outro mais comum, gramado com uma piscina nos fundos da casa, ao qual se tem acesso por um terraço que se atravessa a partir sala. Fora isso, a casa possui uma cozinha, lavanderia, quarto e banheiro de empregada, e garagem.

De acordo com seu próprio depoimento, Thiago se origina de uma família muito pobre. Seu pai foi alfaiate a vida inteira, e seus pais nunca moraram em casa própria. Ele mesmo, residiu em pensões durante anos até conseguir alugar o seu primeiro apartamento no Brasil. Chegou inclusive a dormir muito na rua por falta de recursos durante certo tempo. Apesar de suas origens tão humildes e de ter cursado o ensino formal apenas até o segundo grau completo, Thiago realizou uma ascensão social extraordinária ao longo de sua vida.

No entanto, tal como buscarei demonstrar, a despeito de poder ser considerado hoje parte da fração da elite de tipo emergente, Thiago possui um notável capital cultural e social. Além do domínio de um repertório cultural refinado, suas maneiras são visivelmente elegantes, sendo todos adquiridos através de seu próprio interesse e

⁸⁷ Atualmente solteiro, sua vida pessoal também é explorada em colunas sociais de jornais e revistas de fofocas.

dedicação em aprender e se informar. Nesse sentido, na resposta abaixo, sobre porque Thiago decidiu se mudar para sua atual casa observa-se um pouco seu tipo de visão de mundo:

“Porque eu morei de aluguel a vida inteira, eu tinha morado dois anos nos Estados Unidos, em São Francisco, onde tinha muitas construções industriais que foram adaptadas para residência, e eu voltei para São Paulo com vontade de que se tivesse que ter uma casa, gostaria que fosse não no modelo convencional português, né, clássico, que foram os sobrados, que foram as casas térreas, queria que tivesse um pé direito alto, que tivesse um grande espaço comunitário, né, e... que a privacidade se desse nos dormitórios. A cozinha é integrada com a sala, sem copa, que é da época dos escravos, enfim, é uma coisa bem mais prática, que com uma pessoa eu possa viver tranquilo.” (Thiago, Vila Nova Conceição, grifos meus)

Ademais, Thiago parece ter uma vida social ativa, ao afirmar, por exemplo, que “qualquer desculpa é desculpa” para trazer amigos pra comer a noite. Mesmo porque, disse gostar de cozinhar para seus amigos, e acha mais agradável comer em casa do que comer fora. Ao menos duas vezes por ano afirmou fazer ainda uma grande festa em sua residência.

A seguir, perguntei ao entrevistado se ele achava importante decorar a casa e o mesmo respondeu que acha importante que a casa tenha os objetos que você gosta de ver. E acrescentou que ele não chamaria isso de decorar. Cada objeto, para Thiago, tem uma história, tais como as seguintes:

“A obra do Sérgio Camargo, que é essa peça de madeira... a peça em baixo, de mármore, também é dele, entre as duas tem vinte anos de diferença, e ele foi uma pessoa muito querida, muito amiga, que faleceu muito precocemente, e eu me lembro exatamente do momento, que eu escolhi a peça, o que conversávamos, o que representou pra mim poder ter uma peça dele... que era um sonho de consumo... enfim, esses dois pescadorzinhos aí são do alto Rio Negro, foi do Drauzio Varella, meu médico que me trouxe... sei lá isso aqui é uma peça do Jesus Soto que é um artista cinético venezuelano que comprei em Paris... aqui é um Waltércio Caldas, que já comprei faz vinte anos... um grande amigo... enfim, tá tudo ligado, nunca entrei numa loja e comprei algo.”

- Não?

“Não. Nunca entrei numa loja pra comprar um objeto. Tudo tem uma estória. Esses vasilhos azuis aqui, que tem uma... transformei em lâmpada, tava passeando com minha mulher uma noite, vi um pessoal, uma casa que se vendia coisas em Paris, de um pessoal que tava se mudando, entramos, olhamos, e compramos essas coisas, então tudo está atrelado a minha estória de vida, nunca um decorador entrou aqui.” (Thiago, Vila Nova Conceição, grifos meus)

Ao perceber que o sofá em que estava sentada parecia bastante novo, lhe perguntei sobre o mesmo e obtive a seguinte resposta:

“Eu precisava de um sofá comprido. E cê vê, a única coisa que eu comprei numa loja sem pensar muito é totalmente incômodo. Essas duas cadeirinhas que eu comprei que eram do consulado Francês, né, da década de vinte, que comprei num antiquário, que namorei, que tem uma estória, que o antiquário ficou meu amigo, porque ele ficou tetraplégico, enfim, tem uma estória. Aquelas duas cadeiras, estavam caindo aos pedaços, são de uma casa que eu fui ver porque tavam vendendo a casa, e vi essas duas poltronas jogadas no fundo, e eu comprei do cara. Então tudo tem uma estorinha.” (Thiago, Vila Nova Conceição, grifos meus)

Thiago se diz perfeitamente capaz de reconhecer o estilo ou o modelo de um móvel. Reconhece que talvez pudesse errar, mas diz que saberia de onde provém, mais ou menos de que época, e se seria um desenho original ou uma cópia. Quando lhe perguntei como ele teria se tornou capaz de reconhecer este tipo de coisa ele disse:

“É como perguntar a um jogador de futebol como que ele chegou a jogar futebol e fazer o gol... porque é o que ele fez a vida inteira, porque é nisso que ele focou a vida inteira, é isso que lhe deu prazer desde menino. (...) São coisas que me interessam. Eu quero saber, de que período são essas duas cadeiras.”

- Então você foi aprendendo...

“Fui aprendendo com a vida, e estudando, e vendo, indo em exposições, e lendo, e... indo ao teatro, indo ao cinema... se perguntando, visitando, enfim. Me educando.” (Thiago, Vila Nova Conceição, grifos meus)

Ao solicitá-lo, o entrevistado relata, deste modo, o estilo, a origem, e o período de alguns de seus móveis:

“Olha, as cadeiras aqui eu tenho uma coleção de oito cadeiras Biedermeier. Que são cadeiras, da Alemanha, austríacas, do final do século dezenove, início do século vinte, são todas Biedermeiers. Essas mesinhas são Art Déco, brasileiras, tipo João Graas, feitas no Liceu de Artes e Ofícios. Uhum... essa mesinha, é uma mesinha engraçada, mesinha francesa, é um desenho Francês, que cê vê que é da década de quarenta, de linha industrial, não é nada especial. Sei lá, por aí vai, aquilo é uma peça por troncos de barco, de madeira, lá no Sul da Bahia, de um artista que corta as canoas e monta com madeira já apodrecida é... objetos, funcionais. Tudo tem uma estória.” (Thiago, Vila Nova Conceição, grifos meus)

No caso da decoração da residência de Thiago, não existiu a contratação de um decorador. Altamente informado a respeito dos estilos, períodos e histórias do mobiliário, o entrevistado afirma que acumulou todo esse conhecimento se auto-educando ao longo de sua vida. Além de um conhecimento admirável sobre mobiliário e design, Thiago também expressa conhecimento sobre artes plásticas, tendo um gosto voltado para arte de tipo contemporânea. Seria também, amigo de artistas plásticos contemporâneos importantes como Sérgio Camargo e Waltércio Caldas, revelando seu pertencimento a uma rede social específica e uma alto capital social no mundo cultural legítimo.

Deste modo, as poucas informações aqui obtidas permitem notar que Thiago possui uma trajetória de vida incomum. Esta pessoa que nasceu e cresceu em um meio extremamente simples, que foi pobre ao ponto de dormir na rua, se tornou alguém muito bem informado, que viajou muito pelo mundo, adquiriu cultura, e educação. Além de ter realizado um grande deslocamento de classe em termos financeiros que teria resultado do seu sucesso profissional, Thiago demonstra assim, ter acumulado um alto nível de conhecimento específico sobre temas culturais.

Assim sendo, mesmo que o caso deste entrevistado possa ser considerado excepcional teríamos aqui, me parece, um membro da elite emergente que adquiriu, além de poder financeiro, níveis de capital cultural e social à altura das elites de origem antiga. Trata-se portanto de um contra-exemplo, pois escapa à modelização mais rígida da tipologia considerada.

Residência IV do Caderno de Imagens

Situado no bairro paulistano de Higienópolis, o apartamento de Deise e Pedro, de 58 e 72 anos, respectivamente, possui 320m² de área útil e 680m² de área total. Segundo Deise, a moradora entrevistada, o casal comprou o apartamento ainda em construção, há 17 anos atrás.⁸⁸ Desde que os filhos se casaram ou foram morar fora, o casal e uma empregada doméstica são os únicos moradores desta residência. Deise é advogada de formação, mas não teria atuado na sua profissão, e seu marido Pedro, apesar de engenheiro por formação, é político. Na realidade, Deise é dona-de-casa, e Pedro é um político brasileiro que há anos ocupa cargos de alto escalão na carreira política nacional.

As análises das imagens e discursos obtidos indicam aqui, que estes moradores são representantes da elite de tipo emergente. Apesar de afirmar possuírem alguns bens herdados, uma coleção de antiguidades, praticarem aulas e tocarem piano, possuírem algumas obras de arte, bem como uma biblioteca em casa, que seriam todos indicadores da posse de repertórios culturais, materiais e simbólicos legítimos, outras informações indicam que Deise e Pedro se originam de famílias que teriam ocupado posições sociais economicamente mais humildes que a por eles alcançadas.⁸⁹

Pedro é filho de imigrantes judeus poloneses e pertence à primeira geração de sua família, de classe média, nascida no Brasil. Deise nasceu no interior paulista, se origina de uma família católica também de classe média, e foi cursar a faculdade e trabalhar em São Paulo ainda jovem. Supostamente advindos de famílias mais humildes e setores sociais mais baixos, os moradores da residência de número IV do Caderno de Imagens ocupam hoje uma posição social não só superior à de suas famílias de origem, mas também conquistaram o status de membros da fração da elite paulistana aqui denominada como emergente.

Assim, ao analisar as imagens disponibilizadas, isto é, as imagens 41 a 54 do Caderno de Imagens, é possível observar que se trata, no geral, de uma residência extremamente enfeitada. Todos os cômodos, todos os espaços, seja o chão (repleto de tapetes), as paredes (cheias de quadros, papel de parede, porta-retratos, estantes,

⁸⁸ Trata-se de um apartamento de: quatro suítes com closet, sala de estar com dois ambientes e varandas, sala de lareira/bar, sala de jantar, sala de almoço/copa, lavabo, cozinha, lavanderia, quarto e banheiro de empregada, e hall de entrada. Sendo que, uma das suítes foi transformada em biblioteca e um dos ambientes da sala de estar é chamado pelos moradores de sala do piano.

⁸⁹ Vale dizer, nesse caso, que também obtive informações sobre a trajetória de vida destes entrevistados através de uma colega que me apresentou à moradora.

porcelanas), ou os espaços (cheios de móveis), tudo está repleto de bens. Há assim, um alto grau de ocupação do espaço disponível, o que acaba transmitindo certa sensação de acúmulo e sobrecarga visual. A ocupação do espaço segue aqui uma lógica do empilhamento.

A preocupação com a estética da casa é portanto visível. Quando perguntei à Deise quem havia feito a decoração obtive a seguinte resposta:

“Eu. Fui eu. Eu trabalhei como decoradora algum tempo, e eu tenho cursos né, de decoração, fiz dois, três, fiz curso de paisagismo... Eu sou advogada de formação, mas eu fiz curso de decoração de interiores, um ano numa escola chamada ESPAD, na Pamplona, não existe mais faz muitos anos, depois eu fiz um curso de paisagismo, depois eu fiz um curso de mobiliário brasileiro, depois eu fiz um curso de... história da arte, uma série de coisas ligadas à decoração.” (Deise, Higienópolis, grifos meus)

Nesse sentido, Deise afirmou que a sala de sua casa, e a maior parte do restante da casa é decorada em estilo francês. No entanto, haveria uma certa mistura, pois:

“isso aqui não é francês, esse estilo aqui [do sofá no centro da imagem 44] é inglês, isso é o *chester field*, que é inglês... aqui ali é um *recamier* francês [imagem 45], aquilo lá é um móvel brasileiro, manoelino, o que mais, aquele sofá branco lá eu mandei fazer [imagem 44 à esquerda], isso aqui [abajur] eu comprei em Nova York, é um *Tiffany’s* legítimo...” (Deise, Higienópolis, grifos meus)

Deise afirmou ainda, que é capaz de reconhecer as lojas, marcas, modelos ou estilos dos móveis e objetos de decoração residencial em geral por causa tanto de sua formação, isto é, pelo fato de feito cursos a este respeito, quanto através de sua vivência de viagens, e de freqüentar muitas casas, “um pouco de cada coisa”. Ainda a este respeito, apesar de dizer se orientar “pelo seu olho” (pelo seu gosto) para escolher e comprar coisas para sua residência, Deise afirmou ler e inclusive assinar diversas revistas de decoração:

“Todas. Eu assino a Casa Claudia, a Casa Vogue, a Viver Bem eu não gosto mais, mas a Casa Claudia eu assino há anos, a Casa Vogue eu também assino há anos, e agora a Casa & Jardim tá muito boa. Fora isso eu compro muita revista importada, as americanas, as francesas...” (Deise, Higienópolis, grifos meus)

A moradora mencionou já ter freqüentado leilões, mas não os freqüentaria mais porque não tem mais lugar para colocar nada em sua residência. Assim sendo, seus quadros foram comprados em geral em leilões, como o foram seu Aldemir Martins [imagem 43], um Caribé, e um Volpi apontados pela moradora. Deise também teria comprado alguns móveis em antiquários, e os tapetes:

“os tapetes são todos persas, né, que eu fui comprando, porque eu também trabalhava com decoração, saía tudo por um preço muito mais acessível. (...) tudo eu fui comprando, durante a vida, é um acervo, né, cê vai comprando e colecionando coisas, por exemplo, essa bandeja era da minha mãe...” (Deise, Higienópolis, grifos meus)

Apesar das poucas informações obtidas sobre a trajetória de vida deste casal indicarem uma ascensão social ao longo de suas vidas, a ascensão que teriam realizado não parece ter sido tanto financeira, como seria mais comum, tal como inicialmente definido nos casos da elite de tipo emergente. Assim, a despeito de poderem ser considerados novos membros da elite, Deise e Pedro também podem ser considerados membros da elite política. No discurso acima, Deise expressa por exemplo, uma certa preocupação com o custo de determinados bens de decoração, indicando certos limites de seu poder financeiro. Nesse sentido, obtive o seguinte depoimento de Deise quando lhe perguntei se ela se considerava parte da elite ou de alguma elite:

“Olha, eu acho que a gente é uma elite privilegiada sim, porque... se você for comparar o nosso estilo de vida com a grande maioria da população brasileira, claro que a gente é elite. Mas a gente não age, como prepotência, com nada, a gente tem uma vida simples, meus filhos nunca falam quem é o pai... entendeu? A gente sempre tentou passar pras crianças uma escala de valores assim, totalmente, contrária a qualquer tipo de ostentação, de arrogância, essas coisas, que a gente acha horrível. Esse tipo de gente que fala: “cê sabe com quem você tá falando?!” entendeu? “meu pai é isso, meu pai é aquilo”, agora, que a gente é elite, não tem dúvida. Né, queira ou não, num país desse, é, não elite de dinheiro, a gente tem valores, e a gente tem cultura, que a gente passa pra eles, a gente... viaja muito, as crianças viajaram com a gente muito... eles estudaram línguas, todos eles falam, moraram fora... então é isso... a Paula fez balé, balé clássico.” (Deise, Higienópolis, grifos meus)

No discurso acima, Deise menciona que apesar de se considerar parte de uma elite privilegiada, eles não seriam “elite de dinheiro”. Por outro lado, a posição de destaque ocupada por seu marido hoje na política paulistana, sugere que Pedro tenha cultivado e conquistado um alto nível de capital social. A articulação de suas redes de relações sociais ao longo de sua carreira deve ter sido fundamental na conquista de seu prestígio e posição social. Nesse sentido, não seria à toa que Deise cuidara minuciosamente da decoração da residência do casal, pois, segundo a mesma:

“Meu marido, usa muito isso aqui [sala de estar da imagens 44 e 41], ele faz muita reunião aqui em casa, ele usa muito esse ambiente aqui que a gente chama de ambiente do piano.” (...) A biblioteca é muito usada [imagem 51]. Meu marido fica lá direto. Porque ela é uma biblioteca e uma sala de TV também, ela é multiuso, porque também tem um sofá-cama... entendeu? Mas ela é mais usada mesmo, porque meu marido tem o computador lá... é mais usada por ele. Ele acorda de manhã, a primeira coisa que ele faz ele vai lá, liga a TV, fica no computador, e é onde tem todos os nossos livros, e tal.” (Deise, Higienópolis, grifos meus)

A residência de Deise parece ser frequentemente utilizada por seu marido como espaço de trabalho. Sendo um político, Pedro tem, inevitavelmente, uma vida social bastante ativa, e sua casa serve também de palco para parte de sua atuação profissional, como as reuniões no discurso acima mencionadas. Tal uso desta residência pode justificar ao menos parte do empenho de Deise em decorar tão caprichosamente sua casa, bastante freqüentada por pessoas do mundo profissional de seu marido.

No entanto, poderíamos dizer que a entrevistada, que não teria o capital cultural legítimo para decorar sua residência de acordo com o gosto dominante, buscou compensar tal falta realizando cursos e consumindo (e até assinando) revistas de decoração. A falta deste tipo de repertório seria revelada por exemplo, pelo acúmulo exagerado de bens e objetos de decoração na sua residência que segue o princípio de empilhamento. O tipo de decoração feita, seguindo um estilo clássico como o francês parece ainda, buscar construir uma imagem de tradição, ao usar por exemplo molduras de quadros em tons de ouro velho como nas imagens 41, 45 e 49, móveis antigos de madeira escura como as cadeiras e mesa da sala de jantar na imagem 42 e a poltrona da imagem 46 na sala de lareira/bar, fazer a montagem de uma parede de fotografias antigas dos membros da família na imagem 48, bem como no uso de lustres antigos como nas imagens 50 e 44.

A construção de uma imagem de tradição através deste tipo de decoração descrita e observável nas imagens disponibilizadas, contribui para a construção da imagem pessoal de seus moradores. Tal decoração colabora portanto, para a realização de um certo enobrecimento respeitoso dos mesmos, o que seria conveniente para o estabelecimento da imagem de um político. Assim, além da análise dos aspectos materiais e simbólicos desta residência e dos discursos obtidos expressarem ser esta uma casa de membros da elite emergente, temos aqui, informações condizentes com uma residência de representantes da elite política.

Residência II do Caderno de Imagens

Ambos em seus segundos casamentos, o casal de médicos Vivian e Fabio, de 46 e 52 anos respectivamente, residem desde 2001 neste apartamento de cobertura duplex de aproximadamente 400m² no Morumbi.⁹⁰ Vivian tem dois filhos do primeiro casamento, sendo que a mais nova, de 17 anos, vive com ela e Fabio. Viúvo do primeiro casamento, Fabio também já tinha dois filhos antes de se casar com Vivian, e apenas um deles reside com ele e Vivian. O casal teve mais uma filha, hoje com cinco anos e que mora com eles. Há assim, cinco moradores nesta residência, pois três dos filhos moram com o casal.⁹¹

Dentre os três perfis de elite inicialmente definidos, a entrevistada Vivian e sua família se identificam com a elite de tipo emergente. No entanto, apesar da decoração encontrada na residência de número II do Caderno de Imagens ser expressiva, tal como veremos à frente, do pertencimento dos seus moradores à elite emergente, a análise dos discursos obtidos permite observar algumas características dos mesmos que são variantes da categoria de elite emergente. Os depoimentos de Vivian sugerem que, apesar de não aparentar, talvez estes moradores não possuam um nível de capital financeiro compatível com o da elite de tipo emergente, que se basearia essencialmente em seu poder econômico. Passo assim, à análise deste caso.

Tal como informa no discurso abaixo, Vivian não se considera uma pessoa da elite:

⁹⁰ Na parte de baixo do duplex há três suítes (onde dormem os filhos), copa, cozinha, lavanderia, um quarto e banheiro de empregada, sala de estar com dois ambientes (um deles com televisão), e sala de jantar. Na parte superior fica a suíte com closet do casal que inclui ainda um pequeno quarto anexo onde seu marido dorme às vezes quando ronca, um escritorzinho, um lavabo, outra sala de TV, uma sala de ginástica, uma salinha de brinquedos, e uma área ao ar livre com uma pequena piscina.

⁹¹ No momento da entrevista não havia uma empregada doméstica que dormia no emprego morando nesta casa, no entanto, Vivian estava procurando uma e tinha uma que não dormia mais uma faxineira.

“Não. Eu acho que eu sou uma pessoa privilegiada, faço parte de uma classe social... não da elite mais alta, acho que não, acho que de uma classe média-alta, né. Nós somos médicos, então... não, não somos industriais, nada disso, nem a família é. Mas eu acho que a gente tem uma classe mais privilegiada no sentido de ter mais condições, tal. Eu diria que seria média-alta.” (Vivian, Morumbi, grifos meus)

A moradora entrevistada afirmou ainda, ter contratado uma profissional para realizar a decoração de sua residência. Tal profissional, lhe teria sido indicada por familiares, e seria do tipo de profissional que saberia compreender e respeitar o gosto de seus clientes. Além disso, essa decoradora:

“E ela era um preço legal, acessível, pra mim, e eu já tinha essas referências na família. E são pessoas também como eu, que tem um limite, assim, não é estratosférica, a questão da decoração, né.” (Vivian, Morumbi, grifos meus)

Vivian contratou assim uma profissional cujos serviços não foram muito caros, pois tal como diz acima, sua condição financeira tem certos limites. A moradora, que afirma sempre ter tido um pouco de dificuldade de aceitar um profissional de decoração pois muitos imporiam o seu próprio gosto sobre o dos seus clientes, diz ter ficado muito satisfeita com o trabalho da decoradora que contratou, que teria de fato compreendido o seu estilo, pois:

“Por exemplo, esse mapa de São Paulo [imagem 17], ela trouxe pra mim, eu fiquei enlouquecida com esse mapa, porque eu gosto muito de sustentabilidade, eu sou muito assim, enraizada né, no local, então eu gostei desse trabalho de arte. Então ela tinha sacado realmente mais ou menos como eu era, né.” (Vivian, Morumbi, grifos meus)

Além de observar a aparente preocupação de Vivian com que os serviços da decoradora não fossem muito dispendiosos, obtive, nesse sentido, o seguinte depoimento quando a moradora explicava que tanto aproveitado móveis de suas residência anteriores, quanto adquiriram alguns novos para a decoração da sua atual residência:

“A gente aproveitou bastante coisa. Algumas não. Então algumas coisas, como eu ainda falei: ‘olha, eu quero pegar a liquidação do D&D’, (...) primeiro porque o preço de muita coisa realmente valia a pena, e segundo, porque eram coisas que a gente

trazia de outro casamento, então... vamos renovar, né, vamos renovar um pouco.”
(Vivian, Morumbi, grifo meus)

Segundo Vivian, o casal trouxe os quadros ali encontrados de suas antigas residências, “porque a gente gosta de quadro”, então não adquiriram nenhum novo para a decoração da atual. Segundo seus discursos, durante o processo de decoração realizada pela profissional, a entrevistada seguiu tanto suas próprias idéias, indo a lojas que ela quis, quanto foi ido a lojas indicadas pela decoradora. Ao discorrer sobre esse processo, a moradora menciona novamente a questão financeira como fator considerado na hora da escolha de compra:

“Então assim, algumas coisas ela sugeria e eu ia olhar, sempre ia olhar, sempre procurava... um preço mais barato também, eu já não ia comprando assim de cara, então eu andei bastante. Eu por exemplo, fui muito no D&D” (Vivian, Morumbi, grifos meus)

Leitora de revistas de decoração, Vivian afirma ler tais revistas eventualmente. A leitura deste tipo de revista, principalmente de Casa Claudia, aparece em seus discursos como uma atividade de lazer, que a manteria modernizada sobre a moda e tendências da decoração, representando ainda uma fonte de sugestões e orientação. Deste modo, tal como pode ser observado no trecho abaixo, a moradora parece se apropriar destas mídias de formas diversas:

“porque, por exemplo, se eu vou pra praia, e eu quero uma revista pra descansar, e ler, é essa revista que eu compro, de casa. Eu não compro... Caras, não compro... a minha revista pra... é um descanso, assim eu ler uma revista de decoração, mesmo que eu não esteja procurando, eu curto ver, curto ver as cores, curto ver o que tá acontecendo assim no momento, entendeu? Quais são as idéias, sabe? (...) Como aproveitar isso, como aproveitar aquilo... eu adoro ler revista de decoração.” (Vivian, Morumbi, grifos meus)

Vivian é uma das moradoras, tal como mencionado no início deste capítulo, que justificou a não-posse de bens herdados por ter os pais ainda vivos. No entanto, diz que seus pais os possuem. Assim sendo, a entrevistada afirma ter comprado seus móveis e objetos de decoração mais recentemente adquiridos nas seguintes lojas:

“Essa mesa [de centro de madeira na imagem 15], eu comprei numa loja chamada Gallery [Móveis]. Aqueles dois sofás [imagem 14] eu comprei numa loja chamada Dpot, o sofá lá de cima eu comprei na Gallery também... Essa daqui, essa cadeira que a gente tá eu não me lembro... mas os tecidos eu comprei na Maison, os tecidos da sala. A mesa [da sala de jantar, imagem 21] eu já tinha, as cadeiras também, só troquei o tecido... Essas duas luminárias [imagens 15 e 21] eu comprei naquela loja da [Av.] Juscelino [Kubitscheck]... chama... Lustreco. Esse mapa [imagem 17] eu comprei na Benedixt...” (Vivian, Morumbi, grifos meus)

O fato de ter recorrido à contratação de uma decoradora, somado à sua eventual leitura de revistas de decoração com o intuito de obter idéias sobre *como* cuidar da decoração de sua residência, sugerem que esta moradora não se sente muito segura quanto ao domínio dos repertórios culturais que ela mesma parece julgar necessários para a execução da decoração de sua residência. A análise a seguir das imagens obtidas contribuem para esta observação. A imagem 15, que mostra parte da sala de estar com um espaço para o piano ao fundo resulta em uma composição visivelmente feita por um decorador. Mesmo que a moradora acredite que a arquiteta por ela contratada tenha compreendido seu gosto e sugerido coisas que tenham “a sua cara”, a interferência de um profissional faz diferença e deixa sua marca.

Deste modo, tal como expresso nas imagens 19 e 22 dos quartos das filhas, é possível observar o uso de uma decoração temática generalizante, onde fica claro, com o alto uso de tons de rosa e inúmeros bichos de pelúcia dispostos lado a lado na última prateleira da imagem 19, que trata-se de um quarto infantil feminino. Também fica claro que o quarto da imagem 22 pertence a uma menina adolescente. Não se consegue ver bem na imagem disponibilizada, mas, ao fundo, na parede verde claro existem quatro pequenos pôsteres emoldurados de imagens de atrizes famosas da indústria cinematográfica norte-americana comumente cultuadas por adolescentes. Tanto estes pôsteres quanto os dois murais de fotografias da parede da esquerda estão dispostos segundo um padrão simétrico de distanciamento entre uns e outros. Este tipo de lógica, que dá a impressão de que tudo feito nesta decoração foi calculado, é encontrada em diversos ambientes da casa.

Apesar de não termos muitas informações sobre a trajetória de vida e origem familiar destes moradores, as indicações que observamos são portanto, de que não se tratam de pessoas originárias de algum tipo de elite mais tradicional e antiga. A

decoração encontrada não apresenta aspectos de apego a uma tradição do passado, nem mesmo a posse de um repertório cultural muito qualificado em termos de gosto para arte legítima. A este respeito, encontramos na imagem 21 da sala de jantar, uma obra certamente contemporânea que, apesar de não sabermos quem é o autor ou onde foi adquirida é, no entanto, uma composição de mini-réplicas de trabalhos da artista brasileira Tarsila do Amaral que não parece ser um tipo de arte que poderia ser considerado um marcador de capital cultural.

Ademais, em diversos momentos de seu discurso, a entrevistada dá a entender que sua condição econômica lhe impõem certas restrições não muito compatíveis, poderíamos dizer, com o poder de compra que membros da elite econômica supostamente possuem. No entanto, chama à atenção, apesar de ter buscado uma decoradora que não fosse muito cara, e ter procurado comprar bens para sua residência com descontos e preços promocionais, o fato dos locais aonde afirmou ter procurado mobiliário com desconto serem locais e lojas de alto padrão, como nas lojas do D&D, um dos shoppings de bens para o lar mais caros da cidade. Do mesmo modo, algumas das lojas onde Vivian afirmou ter comprado, como a Benedixt, Dpot, e Gallery, são do tipo cujos produtos vendidos estão dentre os de mais alto custo disponíveis no mercado de bens de decoração no país.

Apesar de se considerar de classe média-alta, e de dizer fazer algumas economias, Vivian e sua família residem em uma cobertura enorme no bairro do Morumbi e claramente possuem um alto padrão de vida. Assim, as informações e análises das imagens obtidas nos permitem acreditar que estes moradores façam parte, de todo modo, da elite de tipo emergente. No entanto, poderíamos dizer que tratam-se de representantes desta fração de elite com um poder financeiro relativamente baixo para esta categoria social, já que a capacidade de consumo destes moradores parece ter um alcance um tanto restrito para os padrões de uma elite financeira.

Residência VII do Caderno de Imagens

Na última residência e entrevista a ser analisada nesta pesquisa residem, há nove anos, Alan, sua esposa, e uma empregada doméstica que dorme no emprego. Trata-se de um apartamento de 260m² em um edifício em estilo neo-clássico no bairro do Jardins.⁹² Alan, o morador entrevistado, parece ter aproximadamente 45 anos, e sua

⁹² Além de toda uma infra-estrutura de segurança impressionante, o apartamento possui: quatro suítes - sendo que duas delas viraram a suíte ampliada do casal, outra virou uma sala de ginástica, e a outra

esposa seria um pouco mais jovem.⁹³ Casados há muitos anos, Alan e Lillian não possuem filhos e são judeus. Vale informar ainda que, de acordo com o discurso de Alan:

“Nós viemos também aqui do bairro, na Rua da Consolação, morava numa casa de vila e... e aí quando compraram toda aquela região, compraram a vila toda, né, aí eu vim buscar um imóvel que... me atendesse, né, que é a minha região, aonde eu nasci, onde eu vivi minha vida inteira, tenho muita afinidade com o bairro, né, e a gente encontrou esse imóvel, tava em construção ainda, e a gente um pouco que customizou ele ao nosso estilo de viver.” (Alan, Jardins, grifos meus)

Este seria assim, um antigo morador do Jardins que, sob a pressão da especulação imobiliária no bairro, teria vendido sua casa de vila e se mudado para um apartamento na mesma região da cidade. Ao lhe perguntar se teria tido alguma dificuldade de adaptação à nova vida de morador de prédio, Alan disse que não sentiu nenhuma dificuldade de adaptação ao novo tipo de moradia, aonde estaria muito satisfeito.

Alan não cursou uma faculdade. Sabe-se por outras fontes de informação às quais possuo acesso, que o entrevistado teria, ainda, herdado uma empresa de seu pai, que teria sido um homem de grande sucesso profissional e financeiro. Nesse sentido, ao perguntar à Alan qual seria sua profissão, obtive a seguinte resposta:

“Eu sou formado na vida [risos]. Eu sou ex-empresário, que há dez anos atrás vendeu o negócio, e eu sou cônsul da (...)”⁹⁴, e eu faço trabalho no terceiro setor.” (Alan, Jardins, grifos meus)

Após o falecimento de seu pai, Alan assumiu os negócios da família e, em determinado momento de sua vida, mais especificamente há dez anos atrás, decidiu vender a empresa que herdou. Além de empresário, o pai de Alan foi cônsul de um país da América latina, cargo este, que Alan passou a ocupar desde o falecimento de seu pai. Assim, ex-empresário, atualmente Alan é cônsul e trabalha no terceiro setor,

virou o escritório de Alan -, sala de estar com ampla varanda, sala de jantar, sala de vídeo/*home theater*, cozinha, copa, lavanderia, quarto e banheiro de empregada.

⁹³ Acabei não perguntando as suas idades, mas como tive a chance de conhecer não só o entrevistado, mas também sua esposa, com base nas minhas percepções estas seriam as suas idades aproximadas, o que me parece suficiente para os objetivos desta pesquisa, que pretende apenas situar os moradores entrevistados em faixas etárias, de modo a contribuir para a análise do perfil social dos mesmos.

⁹⁴ Retirei essa informação do texto de modo a preservar a identidade do entrevistado.

atividade que iniciou após encerrar sua carreira de empresário. A respeito de Lílían, sua esposa, sabe-se que esta também não cursou uma faculdade, que, da mesma forma que o marido, realiza trabalho voluntário no terceiro setor, e ainda trabalha com aplicações de sessões de Reiki, uma técnica de terapia corporal oriental.

Iniciando a parte da entrevista voltada para a investigação da decoração de interiores, Alan informou ter contratado um arquiteto para ajudar o casal a decorar o seu apartamento. Apesar terem contratado um profissional que inclusive publicou o trabalho realizado na casa de Alan em duas revistas de decoração de interiores (a KAZA, e a Arquitetura & Construção), o morador parece querer justificar a contratação de um profissional. Tal como pode-se observar no discurso abaixo, a justificativa para a contratação do mesmo se baseia no fato de serem amigos de longa data:

“Contratamos. Eu tenho uma amizade muito grande com um arquiteto. Que foi quem fez a minha casinha de vila há vinte anos atrás. E quando a gente comprou esse apartamento, ele tava em construção. E eu pedi pra ele, dar umas pinceladas, e ele sempre tem umas boas idéias, e... e a gente tem muita afinidade, ele sabe o jeito que eu vivo, que eu moro, então ele sempre ajudou a dar dicas. Então a gente faz um trabalho a quatro mãos. Eu acho que é legal porque ele conhece os lugares aonde tem, ele sabe indicar... ‘vai lá nessa loja, vê o que você gosta, eu acho que essa loja tem a ver com você..’ né, então eu acho que fica... mais fácil.” (Alan, Jardins, grifos meus)

O entrevistado afirmou ainda, que ele e sua esposa só contratam este profissional. Sendo amigos, Alan afirma que “é uma coisa muito natural fazer isso com ele”.⁹⁵ De toda forma, Alan revela, no discurso acima, não só a influência do arquiteto amigo sobre a decoração de sua residência, como sua consciência de que a contratação de um profissional, um intermediário cultural, pode ser compreendida como desqualificação social.

O arquiteto contratado aparece ainda, no depoimento acima, como fonte de idéias e indicações de lojas. Nesse sentido, o morador afirmou ter lido algumas revistas de decoração na época em que estava se preparando para se mudar para o apartamento analisado, pois:

⁹⁵ Este mesmo amigo arquiteto teria feito a decoração de seu escritório no consulado e da casa deles no Guarujá, que teria sido matéria de capa da revista Arquitetura & Construção também.

“Como fazia muito tempo que eu morava na casinha de vila eu tava completamente desligado desse mundo, né, então eu achei que era importante saber o que é que tava acontecendo, qual era a tendência... quais eram as lojas que eu poderia visitar... mas fora isso eu não mexo...” (Alan, Jardins, grifos meus)

Tal como expressa o discurso acima, o morador entrevistado também teria se baseado nas orientações fornecidas pelas revistas de decoração de interiores durante o período em que decorava seu apartamento. A busca de referências em intermediários – as revistas e a contratação de um profissional – para realizar a decoração de sua residência revelaria tanto a importância dada por estes moradores à aparência estética de sua residência, quanto certa insegurança sobre seus próprios repertórios culturais para a realização da decoração da mesma.

A este respeito, vale conferir o discurso abaixo, onde Alan menciona as lojas aonde o casal teria comprado seus móveis:

“Aqui tem de tudo. Esse sofá é Monte Napoleone, a mesa de centro é Interni, as poltronas são Vermeil, os pés da mesa de jantar e as cadeiras também são da Vermeil, esse banco é... Artefacto, e só.” (Alan, Jardins, grifos meus)

Todas as lojas acima citadas são consideradas de alto padrão e seus produtos estão, certamente, dentre os de mais alto custo no mercado de bens para o lar existente no país. Vale mencionar também, que Alan foi um dos entrevistados anteriormente analisados que justificou o fato de não possuir bens herdados por ter a mãe viva e por incompatibilidade de gostos, pois teria um gosto muito diferente do de sua mãe. Alan afirmou ainda, possuir o seguinte *hobby*:

“E também eu uso bastante a sala porque eu tenho um *hobby*, eu gosto muito de som, e essa sala tá voltada pra esse *hobby*, que é ouvir música, me considero assim um pouco audiófilo, e... e a sala foi toda montada com forro acústico, com difusor de som, tudo, pra privilegiar esse *hobby* [tal sala refere-se às imagens 83 e 84, e a central do equipamento de som nela instalado pode ser observada na imagem 84, no canto esquerdo a sala de estar da casa].” (Alan, Jardins, grifos meus)

Além deste *hobby*, Alan afirmou que ele e sua esposa são fotógrafos amadores. Tal como mostram as imagens 89 e 90, por gostarem muito de fotografia teriam

montado esta sala de vídeo (também um *home theater*), aonde costumam passar *slide shows* das imagens das viagens que fazem para seus amigos, pois também gostariam muito de viajar. O casal costumaria receber visitas aproximadamente duas vezes por mês, à noite, para jantar. Além desses hábitos, Alan afirmou colecionar peças de cerâmica pré-incaicas, que podem ser observadas na imagem 83, dispostas em prateleiras em um canto na sala de sua residência.

O entrevistado ainda mencionou ter adquirido algum conhecimento sobre design e mobiliário de design no período em que estava decorando o seu apartamento. Assim, apesar de não ser muito “ligado” neste tipo de coisa, Alan sabe, por exemplo, reconhecer uma cadeira Luís XV, uma poltrona Charles Eames, as mesas Saarinen (que possui) e alguma peça de Le Corbusier, como as cadeiras Bruno que possui em seu escritório e que podem ser observadas na imagem 88.

Tal como expressam as imagens obtidas, o casal aprecia ainda um tipo de arte mais abstrata. A tela ao fundo da sala na imagem 83, a pintura situada na parede da sala de estar da imagem 91, e a escultura da imagem 92 localizada no hall de entrada são exemplos do tipo de arte que lhes agrada. Independentemente do mérito de suas escolhas para decoração, o fato destes moradores se interessarem por um tipo de arte mais abstrata e contemporânea, tal como o são seus móveis, grandes e simples, seguindo um estilo mais “*clean*” segundo o próprio entrevistado, aparece como um indicativo de seus perfis sociais. Prosseguindo a entrevista, quando perguntei a Alan se ele se considerava parte da elite, ou de alguma elite social, obtive o seguinte depoimento:

“Olha... eu pra falar a verdade não faço parte de nenhuma delas. Quer dizer, não frequento nenhuma delas. Se você me disser que eu tô dentro de uma camada social que é elite, eu acho que sim... mas, é... não faz o nosso estilo estar frequentando tudo isso... as nossas amizades por aí... não tem muito a ver.” (Alan, Jardins, grifos meus)

Alan reconhece neste discurso que pode ser considerado de uma elite social, no entanto, diz que não *frequenta* nenhuma elite. Tal depoimento permite compreender que, apesar de ter a consciência de seu pertencimento à uma elite social em termos de acesso a uma vida de privilégios, Alan não pertenceria à uma elite social no sentido de frequentar locais e eventos sociais de ampla visibilidade e exclusivos, geralmente divulgados em colunas sociais de jornais entre outros. O estilo de vida de Alan não parece ser compatível com eventos e “badalações” dessa natureza. Considerando que o

entrevistado teria o respaldo da rede de sociabilidade da colônia judaica, e de toda uma rede de sociabilidade em torno do seu cargo como cônsul e ex-empresário, Alan já estaria inserido em uma rede social que lhe seria suficientemente favorável e que não passaria por freqüentar “a sociedade”, como ele mesmo parece querer dizer.

Além de herdeiro de uma empresa familiar bem-sucedida que vendeu, proprietário deste apartamento no Jardins, entre outros indicadores de posse de altos níveis de capital financeiro aqui expressos, o entrevistado revela ter alguns hábitos e gosto característicos do estilo de vida e tipo de repertório cultural da elite de tipo antiga modernizada. Os indícios aqui são, na realidade, de que Alan ocuparia uma posição social ambígua dentro do universo tipológico considerado. A análise das imagens obtidas e dos discursos apresentados apontam para uma combinação de diferentes aspectos que situaria estes moradores ora na elite de tipo emergente, ora na elite de tipo antiga modernizada.

Quer me parecer, que Alan e Lílían se identificam mais com a primeira do que com a segunda fração de elite, mas de toda forma parecem ocupar uma posição social mais imprecisa com relação aos casos anteriormente aqui analisados. Apesar das poucas informações que temos indicarem que a família de Alan pertenceria à uma elite social recentemente estabelecida, que teria se alçado à uma posição social privilegiada há apenas uma ou duas gerações, e apesar dos moradores terem contratado os serviços de um decorador, que funcionaria como corretor do gosto de seus clientes, ambos indicativos de maior proximidade à elite emergente, alguns de seus interesses e opções sugerem, no entanto, que estes teriam um estilo de vida e repertórios culturais correlatos aos da elite de tipo antiga modernizada. Tal como pode se observado, por exemplo, pelo interesse por arte abstrata (pintura e escultura), arte pré-incaica, o desinteresse em freqüentar eventos sociais exclusivos que costumam ser noticiados na mídia, bem como o interesse em se dedicar a trabalhos voluntários no terceiro setor.

Assim, apesar de não contarem com o respaldo da posse de uma tradição familiar mais consolidada, este casal não parece diferir muito em termos de comportamento e outros aspectos como linguagem e repertórios culturais dos membros das elites já estabelecidas, de origem antiga. Provavelmente, vale dizer, o fato de pertencerem à colônia judaica ajude a explicar tal observação, no entanto, não temos dados suficientes aqui para desenvolver esta análise.

Guiada por uma definição tipológica simplificada das elites paulistanas, com relação às quais as pessoas se localizam mais ou menos distanciadas, a análise das imagens das dez residências pesquisadas e dos discursos obtidos confirma portanto, a

existência de frações de elite diferenciadas. Considerações mais elaboradas a este respeito serão apresentadas nas Considerações Finais desta dissertação. Cabe aqui, antes de encerrar este capítulo, mencionar brevemente alguns outros aspectos observados nesta pesquisa que não se relacionam à tipologia considerada e que, infelizmente, não será possível desenvolver devidamente mas que vale ao menos serem apontados.

Observações Complementares

Uma primeira observação refere-se à uma incoerência entre discurso e prática. Apesar de todos os entrevistados afirmarem que quase não arrumam a sua casa para receber visitas, dizendo que no máximo colocam algumas flores para enfeitar suas residências nessas ocasiões, pude notar que as salas de estar de todas as residências visitadas estavam sempre arrumadas. Além disso, eram os espaços mais organizados e arrumados das mesmas. Assim, apesar de dizerem não arrumar a casa para receber visitas, encontrei as salas, os locais também apontados como os principais ambientes aonde recebem as visitas, como que sempre prontas para receber visitas. O discurso abaixo expressa, por exemplo, o tipo de uso que os moradores fazem das salas de suas residências:

“Eu e ele nunca ficamos aqui [sala de visitas/piano], a não ser que tenha gente. Ou eu fico no meu quarto, que eu adoro, ou eu tenho o meu espaço ali que você vai ver, que é o... entre os quartos, tem um estarzinho que eu gosto de ficar lá... no meu quarto, ou então no quarto do meu filho que ele foi embora e agora eu fiz um quarto meio... pra mim... minhas netas ficam... entendeu?” (Deise, Higienópolis, grifos meus)

Nesse sentido, apesar de ter centrado as análises da decoração das residências visitadas nas suas diversas salas dada a maior facilidade em fotografar estes ambientes tal como inicialmente justificado, estamos cientes de que, dentre todos os cômodos de uma residência as salas funcionariam como uma espécie de “cartão de visitas” de seus moradores. Ou seja, as salas seriam mais espaços de representação social do que de vivência real dos moradores. No entanto, obtive também, vale dizer, diversos depoimentos que questionam a idéia das salas das casas como espaços de vivência apenas de fachada. Maria Célia, uma das moradoras entrevistadas, diz, por exemplo, o seguinte:

“(...) agora eu acho que... casa é pra ser vivida, e não pra ser mostrada. Cê pode fazer uma casa que seja pra ser mostrada, mas a casa é pra ser vivida. Pra gente usufruir da casa.” (Maria Célia, Jardim Paulistano, grifos meus).

A decoração de uma casa aparece também, nos discursos dos entrevistados, como uma prática através da qual expressam suas características pessoais subjetivas. Por exemplo, para dona Ana Helena, decorar significa:

“Decorar, quer dizer, você por as coisas que você gosta, que você tem vontade, tem prazer, gosta. Às vezes você tem uns enfeites e uns bibelôs que você gosta, ou tem uma estória, uma pessoa que cê gosta, que cê tem intimidade, que... então cê tem prazer em ter aquela coisa, cê lembra, às vezes da pessoa.” (Ana Helena, Brooklin, grifos meus)

Assim, não só a posse de certas heranças faz parte de um sistema de significados que opera nos mundos sociais de cada um desses indivíduos, como os demais bens adquiridos ao longo de suas trajetórias de vida também contribuem para a construção de sentido das suas identidades e narrativas pessoais. A esfera doméstica aparece aqui portanto, como um importante espaço para a expressão de características subjetivas sobre seus moradores. Lembranças trazidas de viagens que remetem a momentos, pessoas, ou lugares particularmente significativos, presentes recebidos de amigos, ou bens herdados de familiares contam e atestam a história e trajetória de vida dos sujeitos.

Há assim, uma dimensão emocional significativa nas relações das pessoas com os objetos. Dispostos nos espaços dos interiores das casas, estes bens, carregados de significados e histórias específicas sobre seus proprietários, representam, no plano simbólico e material, narrativas das identidades pessoais dos moradores. Nesse sentido, e de acordo com Mary Douglas (1979), os bens encontrados nas residências visitadas apareceriam aqui como mediadores de relações sociais. Segundo Douglas, dispostos e organizados nos interiores domésticos, os bens fazem afirmações físicas e visíveis sobre a hierarquia de valores de quem os escolheu. Ao imprimirem alguns de seus valores na decoração dos interiores de suas residências os moradores entrevistados expressam material e simbolicamente certos aspectos de suas identidades.

A decoração residencial, enquanto prática social, aparece assim como um prática de comunicação social. Ao decorarem suas residências com ou sem a ajuda de

um profissional, todos os entrevistados realizam alguma forma de comunicação social a respeito de si mesmos. Tal observação aponta para a importância dos objetos na vida social.⁹⁶ Onde, em tempos de sociedades consumistas, encontramos na prática da decoração de interiores, aparentemente uma atividade um tanto frívola, uma função social essencial, que é a de conferir sentido.

Menciono ainda, muito brevemente, que uma questão de gênero se faz presente nesta abordagem. Apesar de em alguns casos a figura masculina ter aparecido como atuante, na maior parte das residências pesquisadas foi a figura feminina a responsável pela decoração dos interiores residenciais e acompanhamento do trabalho dos profissionais contratados. Observa-se portanto, a mulher como figura preponderante na escolha dos bens e da decoração dos ambientes residenciais investigados. O que reforça assim, a esfera doméstica com forte predomínio das decisões femininas.

Por fim, parto a seguir, no último capítulo, para uma abordagem da ótica dos profissionais que trabalham com decoração de interiores residenciais sobre as demandas de seus clientes, pertencentes a frações da elite paulistana. A percepção destes profissionais será ainda, comparada às justificativas dadas pelos moradores entrevistados para a contratação destes profissionais. A idéia é assim, através da investigação dos discursos destes arquitetos, designers, e decoradores e de tal confronto de visões, tentar construir uma análise mais crítica e elaborada sobre a prática da decoração de interiores para as elites paulistanas.

⁹⁶ Sob diferentes ângulos, os antropólogos Arjun Appadurai (1988), e Daniel Miller (1987 e 2001), vêm desenvolvendo importantes estudos nesta temática. Para ambos, a análise da vida social para pela análise do papel dos bens que intermedeiam relações sociais.

Caderno de Imagens

Residência I

Imagem 001

Imagem 002

Imagem 003

Imagem 004

Imagem 005

Imagem 006

Imagem 007

Imagem 008

Imagem 009

Imagem 010

Imagem 011

Imagem 012

Residência II

Imagem 013

Imagem 014

Imagem 015

Imagem 016

Imagem 017

Imagem 018

Imagem 019

Imagem 020

Imagem 021

Imagem 022

Imagem 023

Imagem 024

Residência III

Imagem 025

Imagem 026

Imagem 027

Imagem 028

Imagem 029

Imagem 030

Imagem 031

Imagem 032

Imagem 033

Imagem 034

Imagem 035

Imagem 036

Imagem 037

Imagem 038

Imagem 039

Imagem 040

Residência IV

Imagem 041

Imagem 042

Imagem 043

Imagem 044

Imagem 045

Imagem 046

Imagem 047

Imagem 048

Imagem 049

Imagem 050

Imagem 051

Imagem 052

Imagem 053

Imagem 054

Residência V

Imagem 055

Imagem 056

Imagem 057

Imagem 058

Imagem 059

Imagem 060

Imagem 061

Imagem 062

Imagem 063

Imagem 064

Imagem 065

Imagem 066

Residência VI

Imagem 067

Imagem 068

Imagem 069

Imagem 070

Imagem 071

Imagem 072

Imagem 073

Imagem 074

Imagem 075

Imagem 076

Imagem 077

Imagem 078

Imagem 079

Imagem 080

Imagem 081

Imagem 082

Residência VII

Imagem 083

Imagem 084

Imagem 085

Imagem 086

Imagem 087

Imagem 088

Imagem 089

Imagem 090

Imagem 091

Imagem 092

Imagem 093

Imagem 094

Imagem 095

Imagem 096

Residência VIII

Imagem 097

Imagem 098

Imagem 099

Imagem 100

Imagem 101

Imagem 102

Residência IX

Imagem 103

Imagem 104

Imagem 105

Imagem 106

Imagem 107

Imagem 108

Imagem 109

Imagem 110

Imagem 111

Imagem 112

Imagem 113

Imagem 114

Imagem 115

Imagem 116

Imagem 117

Imagem 118

Imagem 119

Imagem 120

Capítulo 3

Corretores do gosto: Arquitetos, designers e decoradores de interiores

Após a análise de edições recentes de revistas sobre casa e decoração em circulação no mercado editorial nacional apresentada no capítulo 1, e a investigação dos aspectos materiais e simbólicos dos interiores de residências de membros das elites paulistanas realizada no capítulo anterior, apresento aqui uma breve análise do papel dos arquitetos, designers e decoradores no processo de produção dos espaços residenciais contemporâneos. De acordo com o enunciado na introdução dessa dissertação, acredita-se aqui, que as diversas formas de abordagem de uma mesma problemática proporcionadas por estes três capítulos se complementem, oferecendo assim diferentes perspectivas de análise sobre uma mesma prática e espaço social.

Deste modo, foram entrevistados quatro profissionais que desenvolvem e realizam projetos de decoração e arquitetura de interiores para as elites paulistanas.⁹⁷ Através da análise dos discursos destes profissionais espera-se compreender quais são, segundo suas percepções, as demandas dos seus clientes e porque as pessoas contratam este tipo de serviço. Assim, buscaremos confrontar a ótica destes profissionais sobre os motivos que levam as pessoas a contratarem seus serviços, com as justificativas dos moradores entrevistados para a mesma pergunta. Algumas informações complementares relevantes para este estudo da decoração de interiores serão ainda brevemente consideradas.

Vale dizer, antes de iniciar esta análise, que obtemos alguns indicativos de que os clientes dos profissionais entrevistados pertencem a certas frações da elite paulistana. Um deles, tal como veremos a seguir, é a constatação de que estes residem em bairros considerados de alto padrão na cidade de São Paulo, outro, é que diversos trabalhos realizados pelos profissionais entrevistados em residências nestes bairros foram publicados em revistas especializadas. Vale lembrar, que de acordo com as análises do capítulo 1, estas revistas publicam matérias sobre residências e estilos de vida relativos às camadas sociais financeiramente dominantes. Além disso, pode-se

⁹⁷ As transcrições destas entrevistas se encontram, na íntegra, nos anexos ao final deste trabalho. Ademais, de acordo com o restante desta pesquisa de caráter qualitativo, a seleção de apenas quatro profissionais a serem entrevistados não se pretende representativa da visão e opinião predominante entre os profissionais desta área de atuação, espero apenas utilizá-las como fonte de referência empírica a respeito deste segmento profissional, diretamente relacionado ao tema desta pesquisa.

dizer que o próprio fato dos clientes destes profissionais poderem arcar com os custos das suas contratações, bem como com o custo da aquisição dos bens materiais que constituirão a realização dos seus serviços, já situa seus clientes em uma posição social financeiramente privilegiada.

Passo portanto, ao exame dos discursos obtidos e apresento brevemente os profissionais entrevistados: Carolina Rocco, Marcelo Rosenbaum, Sandra Pierzchalski, e Regina Strumpf. Filha de um arquiteto de renome e formada pela Faculdade Mackenzie desde 1996, Carolina Rocco, hoje com 32 anos, divide um escritório com seu pai em uma charmosa casa de vila no bairro do Jardins.⁹⁸ A jovem arquiteta Carolina citou Pinheiros, Morumbi, Higienópolis e Jardins como as regiões da cidade aonde desenvolve trabalhos de arquitetura e decoração de interiores. Segundo a entrevistada, e de acordo com os outros três profissionais entrevistados, seus clientes chegam à ela principalmente por indicação.

A análise dos discursos dos quatro entrevistados informam que os profissionais desta área se beneficiam das redes de contatos sociais dos seus clientes para a fatura de novos serviços. Segundo a arquiteta Sandra Pierzchalski, “noventa e nove ponto nove por cento é indicação”. Do mesmo modo respondeu a entrevistada Regina Strumpf:

“Olha, basicamente é o boca boca. Eu já tive projeto que saiu em revista, em Casa Claudia, e... não funcionou muito, o melhor é a recomendação. É tipo médico, o melhor é o boca boca mesmo.” (Regina Strumpf, arquiteta, grifos meus)

Formada em arquitetura pela Faculdade Presbiteriana Mackenzie, Regina Strumpf, atualmente com cerca de 45 anos, passou grande parte de sua carreira atuando na Formatex, uma loja de tecidos e decoração tradicional de São Paulo que pertencera à família de seu marido. Regina trabalhou nesta empresa como desenvolvedora de estamparia, de produtos, e chegou a diretora de criação e publicidade, fazendo assim campanhas, catálogos, layouts e projetos das lojas. Segundo Regina, insatisfeita com “os rumos” que a Formatex estava tomando, esta deixou a empresa e, com a ajuda do prestigioso arquiteto e amigo Marcio Kogan, que começou a lhe repassar a demanda de serviços que ele próprio não era capaz de absorver, voltara a atuar com decoração e reforma de interiores residenciais. A arquiteta trabalha hoje como autônoma, contratando os serviços necessários de terceiros para cada trabalho e coordenando suas

⁹⁸ Para mais informações sobre esta profissional vale acessar o seu site: <http://www.carolinarocco.com.br> Em 2004, Carolina Rocco foi eleita pela revista Forbes Brasil uma das mulheres mais influentes na sua área de atuação.

obras a partir de seu escritório em sua residência, um amplo apartamento de cobertura no Jardim Paulistano aonde se deu a entrevista.

Já há alguns anos neste segmento, Regina Strumpf, e todos os demais entrevistados, responderam que a primeira coisa a fazer ao iniciar um projeto de decoração é conhecer como são os clientes. Tais profissionais buscariam traçar um perfil social de seus clientes de modo a lhes propor uma decoração que se identifique com seus estilos de vida e gostos. Segue abaixo o depoimento de Regina a este respeito:

“Eu procuro saber... por exemplo, primeiro conhecer aonde ela já mora, e como é... tentar sentir o que ela gosta, (...) peço pra saber como que funciona a família, que tipo de vida têm, se eles põem televisão na sala, se eles querem o escritório, tem que saber como é a funcionalidade da casa, né, quantos filhos tem, se os filhos trabalham, estudam em casa, se ela trabalha em casa, se ela não trabalha... sabe? É isso tudo.... eu te falei, né? Eu tive um cliente ortodoxo [judeu] que a única preocupação era a cozinha... a outra não tá nem aí pra cozinha mas quer um quarto não sei o que... quer dizer, cada um tem uns sonhos, né? O mais importante é que as pessoas tem sonhos, e querem que a gente realize esses sonhos, o que é difícil, né? Eu acho que no fundo a gente acaba virando um pouco psicólogo também.” (Regina Strumpf, arquiteta, grifos meus)

De acordo com o discurso acima de Regina Strumpf, Sandra Pierzchalski também procura, antes de iniciar todo trabalho de arquitetura e decoração de interiores, conhecer as necessidades específicas e estilos de vida dos seus clientes. Tal como demonstra no discurso abaixo, Sandra conversa com seus clientes para saber:

“Ah, o modelo da família, quantos filhos, qual é o modo de vida... cê tem que... por isso que o arquiteto fica meio sabendo como essa família vive, ou esse morador vive. Porque você vai ter que adequar, o espaço, à vida da pessoa. Então se você tem, vamos imaginar, um fulano que acabou de separar e vai morar num apartamento sozinho: a planta dele, e os desejos dele, são completamente diferentes do modelo de apartamento familiar. Um casal mais velho, que os filhos já cresceram, que casaram, e que estão com uma vida mais tranqüila, o modelo é diferente. Cada fase da vida, e cada cliente, tem um modo de vida, então você tem que, realmente, adequar isso. Tem um que adora um banheiro: “olha, pra mim o banheiro tem que ser a coisa mais não sei o que, não sei

o que”, o outro quer o closet, o outro não, é a sala: “eu quero a sala, porque a sala pra mim...”, o outro quer a adega, tem cliente que é louco por vinho, então a adega pra ele é o ponto alto, então é isso, cê tem que ter bastante conversa. Antes de cê fazer o projeto cê tem que conversar bastante, com o marido, com a mulher, com o cliente em si, pode ser um, dois, ou três” (Sandra Pierzchalski, arquiteta, grifos meus)

Outra informação relevante e relacionada com análises anteriores deste trabalho refere-se à apropriação, por parte destes profissionais, das revistas nacionais e estrangeiras dedicadas à casa e decoração de interiores. Apesar das diferenças quanto a preferências, todos os quatro entrevistados afirmaram ler tais revistas. Estas publicações aparecem nos seus discursos como importante fonte de informação, atualização das novidades (em termos de materiais disponíveis no mercado), e como meio de auto-promoção. Carolina Rocco por exemplo, afirmou achar importante “saber o que está acontecendo” através da leitura de revistas especializadas como a *Projeto*, a *Arquitetura & Urbanismo*, e a *Frame* (uma revista holandesa de design), que assina. Já para se informar sobre fornecedores, materiais, e revestimentos, a entrevistada compra revistas como a *Arquitetura & Construção* e a *Casa & Jardim*.

A arquiteta Sandra Pierzchalski disse gostar de revistas nacionais e importadas. Dentre as nacionais, citou a *Casa Vogue*, a *Arquitetura & Construção*, e a *Kaza*. Apesar de não se lembrar dos nomes, afirmou que existem outras revistas mais novas no mercado que também lê. A despeito dos clientes não lhe procurarem por terem visto seus trabalhos publicados nas revistas, comentou ainda que estas mídias lhe servem como demonstrativo dos seus trabalhos já realizados, funcionando como um bom meio de auto-promoção. Na realidade, todos os profissionais entrevistados valorizam as revistas como meio de divulgação prestigioso de seus trabalhos, mas todos concordam que estas mídias não são relevantes como meios de captação de clientes, que chegam a eles majoritariamente por indicação.

Tal como Carolina Rocco e Regina Strumpf, Sandra Pierzchalski também se formou em arquitetura pelo Mackenzie, em 1981. Antes, cursou todos os seus estudos no tradicional colégio paulistano Dante Alighieri. Hoje com 52 anos, Sandra sempre trabalhou como autônoma, e os bairros em São Paulo aonde realiza projetos tanto de construção, quanto de reforma e decoração residencial, são os Jardins, Higienópolis, Pacaembu, Alto de Pinheiros, e Alto da Boa Vista, pois segundo a mesma, são regiões aonde residem pessoas que de uma forma ou de outra a conhecem, tal como procura expressar no seguinte discurso:

“(...) mas nunca fiz assim, Tatuapé... que tem um monte de coisa bacana, mas eu nunca fiz... porque o que acontece, como essas coisas são sempre um indica o outro, e você sabe, que é grande, a sociedade, mas as tribos são pequenas. Então você acaba caindo num... num... que você tá naquele lugar, naquela tribo, então...” (Sandra Pierzchalski, arquiteta, grifos meus)

Ainda sobre o uso das revistas, Regina Strumpf também as lê, e afirmou que dentre as brasileiras gosta da *Arquitetura & Construção*, porque lhe daria base a respeito dos lançamentos no mercado em termos de revestimentos, torneiras, etc. Diferentemente de Sandra Pierzchalski que acha a revista *Casa Vogue* “bem bacana”, Regina Strumpf acha esta revista um pouco arrogante: “assim... eles fazem uma foto de ‘um canto’, sabe? Mas dá prestígio...” Já as revistas importadas como a *Elle Décor* inglesa, e a *Metropolitan House*, lhe serviriam como fontes de inspiração. Regina afirmou também, que envia as matérias sobre seus trabalhos publicadas em revistas para seus clientes, pois “tem gente que dá muita importância a isso, de que saiu na revista, de que saiu ali, de que saiu aqui.”

Nesse sentido, Marcelo Rosenbaum, o último entrevistado que resta apresentar, afirmou que lê muitas revistas de decoração de interiores, tanto nacionais quanto importadas. Tal profissional se informaria muito, principalmente para saber “o que é para fazer, e o que não é pra fazer”. Arquiteto e urbanista formado pela Faculdade Belas Artes em São Paulo, Marcelo Rosenbaum começou a trabalhar já no seu primeiro ano de faculdade, coordenando obras, desenvolvendo mobiliário e fazendo a decoração de lojas de roupas na região do ABC paulista, aonde crescera. Depois dessa fase, trabalhou por cerca de quatro anos no escritório de arquitetura em São Paulo dos renomados decoradores João Armentano e Roberto Migotto, sócios na época.

Desde 1992 Marcelo Rosenbaum abriu e passou a administrar seu próprio escritório em São Paulo, o Rosenbaum Design (aonde a entrevista foi realizada).⁹⁹ Vale dizer, que além de trabalhar mais como designer¹⁰⁰ do que como arquiteto, o mesmo se tornou nacionalmente conhecido quando passou a apresentar em 2006 o quadro “Lar

⁹⁹ Atualmente Marcelo Rosenbaum trabalha mais com projetos institucionais do que com residências, e desenvolve um trabalho voltado para o design que tem sido considerado criativo e inovador.

¹⁰⁰ Sabe-se aqui, que há uma diferenciação e ao mesmo tempo uma intersecção entre as atuações profissionais de designers, decoradores, e arquitetos de interiores que poderia ser considerada para as análises desta pesquisa, no entanto, deixo esta questão para futuras oportunidades de trabalho dadas as restrições de tempo para a realização da mesma.

Doce Lar” no programa do ator Luciano Huck, na Rede Globo de televisão.¹⁰¹ Os bairros de São Paulo aonde Marcelo afirmou realizar projetos de decoração e design de interiores residenciais se espalham pela zona Sul da cidade, como o Itaim, os Jardins e a Vila Nova Conceição.

Desse modo, uma questão mais diretamente relacionada à percepção dos profissionais sobre as demandas de seus clientes a ser considerada, se refere a importância dada pelos seus clientes à decoração dos diferentes cômodos das suas casas. Os profissionais entrevistados ressaltaram assim, a crescente valorização da decoração, por parte de seus clientes, de outros espaços da casa além das salas. Assim, apesar das salas de todas as residências visitadas serem tanto os espaços mais organizados e arrumados das mesmas quanto espaços pouco utilizados na rotina dos moradores, diversos moradores apontaram para a importância de aspectos como conforto e aconchego nos ambientes da casa como um todo.

Nesse sentido, os profissionais entrevistados relataram que muitos de seus clientes pedem que a decoração seja feita de modo a ficar “gostoso”, “aconchegante”, também em cômodos como o quarto do casal. A cozinha e os banheiros aparecem, na visão dos profissionais, como espaços aonde seus clientes também investem bastante, mas mais no sentido de ostentar através do uso de materiais caros e do consumo de bens modernos de última geração. Portanto, além do investimento mais tradicional na decoração das salas, observa-se uma crescente valorização da decoração em outros cômodos da casa.

Assim, de acordo com o discurso de Sandra Pierzchalski citado na página 4 em que diz que tem clientes que, por exemplo, “adoram” um banheiro e investem nesse local, e outros clientes que investem no closet ou na adega, no depoimento abaixo, Marcelo Rosenbaum discorre a respeito da sua visão sobre o investimento que seus clientes procuram realizar na decoração dos diferentes cômodos de suas residências:

“Depende... eu acho que a sala de estar, ela se expõem. Então talvez em alguma época... eu acho que a sala de estar, porque é a onde ela [a pessoa] se apresenta, onde ela vai receber os amigos, ela vai... Se a pessoa quer ostentar, e ela quer usar isso como uma marca, é lá que ela vai investir o dinheiro dela mesmo, é lá que ela vai por as coisas mais caras. Uma sala de televisão, é um momento mais íntimo, isso eu tô

¹⁰¹ Através deste programa de televisão Marcelo Rosenbaum procuraria realizar uma democratização do design e uma educação para a auto-estima que começaria com a casa do brasileiro. Para mais informações sobre o trabalho desenvolvido por este profissional e sua atuação televisiva, acessar o site: <http://www.rosenbaum.com.br/>

falando uma casa, né, de... um nível maior né, uma elite, então a sala íntima, é a sala da família, do aconchego, da intimidade, né, é o lugar onde ela pode comer e cair o catchup no sofá, então... ela pode ter um móvel mais efêmero, que possa trocar mais fácil, (...) o quarto do casal de repente possa querer investir um pouco mais, a cozinha é um cômodo que acompanha muito a modernidade, então ele se renova, (...) E os banheiros são interessantes. As pessoas elas ostentam em banheiros, o mármore...”
(Marcelo Rosenbaum, designer, grifos meus)

- E essa coisa dos espaços íntimos e os espaços públicos da casa?

“É, tende a ter esses investimentos proporcionais à necessidade da pessoa em mostrar. Tem pessoas que não suportam o espaço público e querem ter o conforto como um todo, onde a sala de televisão é a própria sala de estar. Eu acho também que as coisas podem ser mais integradas, a gente propõem isso. A gente não divide, espaço público, espaço privado, a gente faz a casa um grande espaço. Na maioria dos nossos clientes a gente tenta incorporar os espaços, pra família ficar mais unida a maior parte do tempo, não fazer da sala de estar aquela sala fantasma, a gente tenta propor que a sala de jantar seja usada durante a semana, que os momentos de união da família sejam feitos não naquele espaço apertado, mas agradável...” (Marcelo Rosenbaum, designer, grifos meus)

Outra observação comum nos discursos dos profissionais entrevistados relaciona-se à análise do capítulo anterior sobre o predomínio das decisões femininas no processo de escolha e decoração dos interiores residenciais. Apesar da figura masculina aparecer como cada vez mais presente e interessada por esta atividade, todos os entrevistados concordam em que a maior parte das pessoas que os procura e acompanha o desenvolvimento dos seus trabalhos são mulheres. Tal observação está de acordo com a análise do capítulo 2 a este respeito e contribui assim, para a visão da casa como esfera da vida social sob forte predomínio das decisões femininas.

Foi possível observar ainda, que a questão do estilo de cada profissional, e da medida com que cada um imporia o seu estilo ou a sua “marca” nos espaços residenciais, aparece nos discursos de todos os profissionais entrevistados como um fator importante. Tal como veremos nos depoimentos abaixo, a imposição do estilo de cada profissional parece operar como uma variável definidora dos seus perfis, e que atrairia ou não determinados clientes. Marcelo Rosenbaum afirmou inclusive fazer

cada vez menos projetos de interiores residenciais porque não se sentiria à vontade impondo seu estilo e seu gosto na moradia das pessoas, um espaço muito pessoal. Sabendo que seu nome se tornara uma marca amplamente reconhecida neste meio e supondo que portanto muitas pessoas o contratariam por seu renome, lhe perguntei então, se ele não se imporia no processo da decoração das casas de seus clientes e obtive o seguinte depoimento:

“Ah, a gente tenta não se impor, mas é um trabalho imposto né, a decoração é muito difícil, tanto que eu acho que meus trabalhos de decoração nunca nem tão prontos para ser fotografados, porque eu nunca chego no final, onde eu acho que ia ser perfeitamente pronto, porque aí é muito imposto, né. E eu paro. Eu não consigo me imaginar sugerindo eu, para colocar uma obra de arte na casa de um cliente, entendeu? Ou a almofada que vai colocar no sofá desse cliente.” (Marcelo Rosenbaum, designer, grifos meus)

Nesse sentido, Carolina Rocco afirmou que seu estilo não seria rígido nem único. No entanto, se tivesse que defini-lo, acredita que seria “bem contemporâneo”. A este respeito, obtive o seguinte depoimento sobre seu modo de negociar com o cliente como será feito o trabalho:

“Tenho cliente que traz referências, que são envolvidas com algo da área, ou admiram, ou lêem revistas e às vezes trazem coisas que eu nunca nem vi. Às vezes eu peço por dar muita liberdade pro cliente, acho. E né, acho que isso é até um próximo passo do meu trabalho, né, e, ‘olha, põem o que você quiser, depois que eu terminar’, né, então tem isso na minha cabeça, mas pessoalmente não sei se eu consigo fazer isso, porque a casa tem estória. Tem a estória da pessoa, é referência da pessoa, tudo isso faz muito sentido, né, e normalmente as minhas clientes tem isso, elas tem as referências próprias.” (Carolina Rocco, arquiteta, grifos meus)

De modo similar, Regina Strumpf fez a seguinte afirmação:

“Eu não tenho assim um estilo... eu nem gosto de ter um estilo fechado. Eu gosto... eu sempre falo, ‘olha, o meu estilo é gostoso’, eu gosto de fazer casa aconchegante, gostosa, eu acho que toda casa conta a estória da sua vida, então, lógico, com uma certa harmonia. Então se você tem a cômoda da sua avó, o quadro assim, vamos tentar

colocar tudo, eu não acho que tem que jogar tudo fora e colocar tudo novo, né? Eu falo assim, tudo novinho tem dois casos: cê acabou de casar, então é uma vida nova, ou cê acabou de separar e sua mulher levou tudo [risos], né? Agora do resto cê tem que ter uma estória de vida assim... seus livros, suas fotos, seus quadros, aí a gente tem que ir tentando encaixar né, porque aí também tem coisas que não dá.” (Regina Strumpf, arquiteta, grifos meus)

Cada um à sua maneira, todos os profissionais entrevistados afirmaram procurar não se impor muito, cuidando para manter certos limites quanto a até que ponto interferir nas escolhas e preferências dos seus clientes. Mesmo que estas posições coincidentes não representem a visão da maior parte dos profissionais desta área atuantes na cidade de São Paulo, de todo modo pode-se afirmar que é inevitável que um profissional deste ramo não influencie em alguma medida as escolhas de seus clientes. Por exemplo, no discurso acima, Regina Strumpf afirma que procuraria organizar e encaixar as coisas nos espaços de acordo com “uma certa harmonia”, isto é, de acordo com a *sua* noção de harmonia. Do mesmo modo, Marcelo Rosenbaum diz não conseguir se imaginar sugerindo para seu cliente que obra de arte ou almofada este deve colocar em sua casa, no entanto, ele mesmo concorda que se trata de um trabalho inevitavelmente imposto.

Assim, apesar de reconhecer no discurso acima que a casa das pessoas têm histórias e que são dotadas de referências específicas das pessoas, Carolina Rocco diz, em outro trecho da entrevista, que dificilmente pessoas que tenham um gosto totalmente diferente do seu queiram trabalhar com ela, revelando assim, que seu próprio gosto tem um papel no processo de decoração que realiza. Deste modo, pode-se afirmar que faz parte da profissão do decorador guiar seus clientes de acordo com seu próprio senso estético ao longo das etapas da decoração de interiores. Sandra Pierzchalski por exemplo, diz que costuma pedir para as lojas que gosta trazerem peças de demonstração para as casas em que está trabalhando, para ajudar as pessoas a “sentirem o lugar” no processo de escolha de bens de decoração que irão adquirir. A este respeito, disse ainda:

“(...) o shopping D&D, é uma coisa super bacana pra você levar cliente. Porque já tá todo mundo lá, você vê as coisas, aí você mescla um pouco com as coisas que o cliente tem, se o cliente tem uma coisa antiga a gente põem, ou “ah, vamos também num antiquário”, ver se a gente acha uma mesa antiga... alguma coisa pra não ficar uma

coisa assim, a gente brinca muito, “pra não ficar com cara de Casa Cor [feira de decoração] Porque a sua casa não pode ser um showroom. Sei lá, ela tem lá um quadro horroroso, mas ela gosta, tem que por lá, o que é que vai fazer? Porque é uma coisa que tem um valor sentimental, tem que por. Eu prefiro mais uma coisa de valor sentimental, porque não sou eu que vou morar lá, é ela, então precisa ter coisas de valor sentimental, que é isso que faz com que as pessoas criem estória” (Sandra Pierzchalski, arquiteta, grifos meus)

A observação de que a imposição do estilo da cada profissional operaria como uma variável definidora dos seus perfis, e que atrairia ou não determinados clientes vai de encontro ao discurso da moradora entrevistada Vivian. Tal como descrito no capítulo anterior, Vivian teria contratado uma profissional que lhe agradou porque esta respeitaria as vontades do cliente:

“Eu contratei uma profissional, foi a primeira vez que eu contratei, o nome dela é Vânia Garcia, e ela ajudou na decoração. E assim, a decoração, eu sempre tive um pouco de dificuldade de aceitar um profissional de decoração porque eu acho que muitos profissionais impõem, né, um pouco a... um pouco ou muito, né, o estilo deles, o gosto deles, e as coisas pra comprar. E eu acho que a Vânia, ela respeita aquilo que o dono quer, e aí dentro disso, ela sugere. (...) eu falei pra ela o que eu gostava, mais ou menos o tipo das coisas que eu gostava, ela entendeu a... a minha concepção assim, do que eu queria, e... e eu gosto muito do gosto dela” (Vivian, Morumbi, grifos meus)

Passo à análise das respostas dos arquitetos, designers e decoradores entrevistados à questão sobre o que, nas suas opiniões, as pessoas procuram ao contratar um profissional para realizar a decoração de suas residências. Para Marcelo Rosenbaum, a resposta é clara:

“Status, né. Acho que elas procuram status né, isso com certeza. Elas procuram status, e conforme o profissional que elas acabam contratando, é um status do que elas almejam dentro do universo do que aquilo significa, né... Então hoje contratar um Isay Weinfeld não é só contratar o trabalho do Isay Weinfeld, é contratar a marca Isay Weinfeld.” (Marcelo Rosenbaum, designer, grifos meus)

Na opinião de Sandra Pierzchalski, certas pessoas possuiriam bom gosto e outras não. O profissional serviria assim para ajudar aqueles que teriam dificuldade (aqueles que não possuiriam bom gosto) em realizar uma boa decoração, e explica sua percepção com a seguinte metáfora:

“Ah... é assim, é como se vestir, todo mundo se veste, não se veste? Lógico. Algumas pessoas se vestem muito bem, algumas se vestem médio, outras se vestem muito mal, né? Então, uma pessoa que se veste muito mal, alguém pega e fala: “ah, arranja uma pessoa que ela vai te dar umas dicas pra se vestir”. (Sandra Pierzchalski, arquiteta, grifos meus)

Para Regina Strumpf, as pessoas procuram e contratam um decorador porque:

“É, então, primeiro acho que porque elas tem um sonho. E depois, porque elas se sentem seguras. Eu sempre dou um exemplo assim, por exemplo, cê vai comprar uma roupa, você veste a roupa, você se olha no espelho, e você vira pra vendedora e fala assim: ‘você acha que ficou bom?’ Cê tá se olhando no espelho, aí a vendedora vai falar: ‘tá lindo’, então cê imagina a pessoa que quer colocar uma poltrona na sala, um sofá na sala, aquilo vira um monstro pra ela, né? às vezes que... ela não tem a menor idéia de como aquilo vai ficar, e, e... precisa de alguém para dizer: ‘pode colocar’. A maioria das pessoas querem realizar um sonho, e se sentir seguras. Então o que eu sinto mais é que a gente tem que chegar para a pessoa e falar: ‘pode colocar que vai ficar bom’, ‘eu tenho certeza que se você fizer assim vai ficar bom’. [e elas dizem] ‘Ah, então tá bom’, elas querem se sentir seguras. Por isso que eu acho que arquiteto é assim um pouco como médico, cê tem que confiar na pessoa, e tem que bater, se não bater não vai dar certo.” (Regina Strumpf, arquiteta, grifos meus)

Segundo a opinião de Carolina Rocco, as pessoas que a contratam esperam e contam com que ela lhes ofereça algo de bom gosto, e acredita ainda, que seus clientes ficam tranquilos com relação à isso ao contratá-la. Assim, obtive desta arquiteta o seguinte depoimento:

“eu acho que interiores, arquitetura de interiores, decoração, é... tem um glamour. (...) eu acho que então os clientes tem um glamour de passear, de entrar, e ver... escolher, conhecer. Eu acho que tem duas situações. Tem a pessoa que é insegura, de fazer sozinha e bater o martelo. Então ela até avança uma pesquisa, mas ela precisa do

profissional pra... pra é, bater o martelo. É... tem a pessoa que não quer se envolver, porque trabalha em outra área, é profissional e respeita e... não se envolve, porém sabe o que gosta, sabe o que quer, e sabe porque me procurou e... deixa eu fazer. (...) e eu acho que tem algumas pessoas que me procuram, não sei se no meu caso como profissional, mas procuram o profissional pra já dar uma assinatura como status pro projeto. Acho que tem isso também, eu não acho que aconteça muito comigo.”
(Carolina Rocco, arquiteta, grifos meus)

Carolina diz ainda, baseada na sua experiência de trabalho, que apesar da questão do status existir, acredita que seu perfil de cliente não buscaria tanto isso porque não acha que sua decoração seja “uma decoração de status”. Acima daquilo que está na moda ou do status, a arquiteta afirmou que procura criar ambientes que transmitam uma imagem de paz e calma. Pois acredita que a arquitetura e decoração de interiores também tenham um certo poder de contagiar pelos sentimentos que causam nas pessoas. E esse seria, para Carolina, um lado menos superficial do trabalho do profissional.

Por outro lado, os discursos acima dos quatro profissionais entrevistados indicam que haveria dois principais motivos que levariam as pessoas a contratarem seus serviços, quais sejam: a questão do status; e o fator da segurança sobre as escolhas que estes profissionais ofereceriam aos seus clientes. Com relação ao primeiro motivo, de acordo com os discursos de Marcelo Rosenbaum e Carolina Rocco as pessoas procurariam expressar ou atingir determinado status social através da contratação e obtenção da “assinatura” de um profissional de prestígio. Isto é, a contratação de profissionais de prestígio funcionaria aqui como um recurso de afirmação de status social para os moradores daquela residência.

A este respeito, haveria, pode-se dizer, uma variação quanto ao status que seria conferido aos moradores em função do maior ou menor reconhecimento do nome do profissional contratado. Apesar de não termos estas informações comprovadas, vale dizer que segundo o funcionamento geral da lógica de mercado, quanto maior o reconhecimento do profissional, mais caro seria o seu serviço. Deste modo, a contratação de um profissional de maior renome e prestígio estaria relacionada à expressão da posse de níveis mais altos de capital financeiro.

No entanto, a contratação de qualquer profissional, independente do seu nível de prestígio e reconhecimento, possibilitaria que tal fato seja revertido em demonstração de status dentro dos grupos de sociabilidade do morador contratante. A

contratação de um decorador aparece assim, como uma prática social relacional, pois trata-se de uma prática de sociabilidade que opera dentro de uma classe social. Os moradores contratantes utilizariam a “assinatura” do profissional sobre a decoração de suas residências para afirmar seu status para os membros de suas redes de sociabilidade com os quais compartilham posições sociais correlatas.

Já os depoimentos tanto de Carolina Rocco quanto de Regina Strumpf e Sandra Pierzchalski, convergem para o segundo motivo acima apontado que levaria as pessoas a contratarem os serviços de um profissional: a questão do lastro simbólico que estes ofereceriam aos seus clientes. Nesse sentido, tais profissionais aparecem portanto, como agentes de segurança sobre as escolhas e, como veremos a seguir, corretores do gosto. Os discursos destes entrevistados afirmam que os profissionais do ramo de decoração de interiores teriam um senso estético apurado, e que buscariam transmiti-lo para os seus clientes. É interessante notar, que Sandra Pierzchalski e Regina Strumpf utilizaram a mesma metáfora da escolha de vestimenta para explicar seus papéis enquanto profissionais da decoração.

Segundo as arquitetas, do mesmo modo como seria comum se ter dúvidas sobre o caimento e o modelo de uma roupa, as pessoas teriam dúvidas sobre que sofá ou outro móvel ou objeto de decoração ficaria bem em suas residências. Assim, com a ajuda de profissionais especializados nesta tarefa as pessoas se sentiriam seguras sobre suas escolhas para compor a decoração de suas residências. A “ajuda” oferecida pelos arquitetos, designers e decoradores de interiores tal como observado nos discursos acima representaria, na realidade, uma interferência no gosto das pessoas no sentido de corrigi-lo. Tal análise reforça a idéia de que estes profissionais atuam portanto, como corretores do gosto que atuam a partir da necessidade de ajuda do cliente. Seriam corretores de um certo valor a que supostamente eles têm acesso privilegiado.

A presente análise a respeito do papel dos arquitetos, designers, e decoradores atuando como intermediários culturais e corretores do gosto de seus clientes, vai ao encontro do exame tipológico das elites paulistanas realizado no capítulo 2. Dentre os dez moradores entrevistados e apresentados neste capítulo, apenas três contrataram os serviços de um decorador, sendo que todos estes três foram identificados como pertencentes à elite de tipo emergente. Tal como expresso no início do capítulo 2, os representantes desta fração de elite costumariam diferir dos membros das elites já estabelecidas em termos, entre outros, da posse de repertórios culturais.

Assim, o fato dos moradores entrevistados que contrataram um profissional do gosto serem justamente aqueles considerados pertencentes à elite de tipo emergente,

permite supor que, por não contarem com o respaldo de certa tradição familiar que lhes proveria determinado repertório cultural necessário para que se sentissem seguros sobre suas próprias escolhas e senso estético para decoração de interiores, estes tenderiam a procurar mais os serviços destes profissionais que os membros de outras elites sociais. Vale dizer, que é possível que membros das elites de origem mais antiga também possam querer consultar profissionais especializados em decoração, tal como observou-se, consultam as revistas dedicadas à esta prática. No entanto, nos parece que, caso o façam, o fariam do mesmo como com as revistas, consultariam os profissionais como forma de manutenção e atualização dos seus repertórios, fazendo prevalecer, ao menos na maior parte do tempo, suas próprias escolhas frente às inúmeras sugestões dos profissionais.

A idéia de que os membros da fração da elite de tipo emergente teriam passado por uma rápida ascensão social, e que deste modo não teriam herdado de seus familiares e do meio social no qual teriam crescido, determinado repertório cultural necessário para que se sintam seguros sobre seu próprio senso estético para realizar a decoração de suas residências de acordo com o gosto dominante é expressa, em outras palavras, no discurso abaixo da arquiteta Sandra Pierzchalski, ao discorrer sobre sua opinião a respeito do gosto da elite paulistana:

“Impera o mal gosto. Muito mal gosto. Porque é aquela coisa que a gente falou, a elite paulistana é aquela assim, os que são de mais tradição, não sei que, não sei que, perde o dinheiro. Acaba perdendo e fica decadente, a maior parte é decadente. Se, a outra geração não estudou e não deu um *imput* e, e fez coisas novas, renovou, então... não tem dinheiro. E pra fazer as coisas precisa ter dinheiro. Então o que que acontece: como a elite decaiu, outras classes tiveram ascensão, e aquele que veio, o Coreano, ele trabalha, e sabe ganhar dinheiro como ninguém. Quer dizer, é o Coreano, então ele vai fazer a casa lá do jeito... mas é uma elite em ascensão, então, o mal gosto impera.”
(Sandra Pierzchalski, arquiteta, grifos meus)

Ainda a este respeito, vale mencionar aqui o depoimento da arquiteta Regina Strumpf sobre a questão do gosto e do papel do profissional:

“É.... eu acho que... bom gosto não existe, né, bom gosto, mal gosto, é muito relativo, o que é bom gosto pra mim não é bom gosto pra você. Eu diria assim, que eu tenho um senso estético, que eu tento passar pros meus clientes. Por exemplo, eu tenho um casal

que veio do Bom Retiro e eu tô fazendo um apartamento pra eles em Higienópolis. Aí você entra e vê aquelas... coisas horrorosas, aquela cama recortada, tapete verde musgo, não sei quê, aí você vai, com jeitinho, e fala, ‘olha, que tal em vez de fazer isso, se a gente fizesse uma coisa mais moderna?’, porque tem esse casal que é mais idoso. Aí ela fica feliz porque ela quer ser moderna, ela não quer ser velha. Aí eu falo: ‘ah, mas isso aí é muito de velho...’, aí ela fala: ‘não, não, velho eu não quero!’, então a gente vai... conduzindo.” (Regina Strumpf, arquiteta, grifos meus)

De acordo com as indicações obtidas, quer parecer, de fato, que os clientes dos arquitetos e decoradores de interiores são, na sua maioria, membros da elite emergente. Assim, tais profissionais atuariam como intermediários do gosto para um público mais específico, e que não deteria o gosto dominante. Na realidade, nem mesmo estes profissionais seriam detentores do gosto dominante, que seria imposto pelas elites que deteriam o máximo de capital, cultural, e material.

Estas, não se interessariam pelos serviços de um profissional do ramo de decoração, pois realizariam a decoração de suas residências de acordo com seus próprios repertórios culturais. Nesse sentido, a entrevistada Maria Célia, considerada na análise do capítulo anterior representante da elite de origem antiga apegada à tradição, não só afirmou que costumava, quando mais jovem, ir a leilões de arte por conta própria para adquirir bens para sua residência, como não teria se entendido com uma decoradora que uma vez tentou lhe ajudar porque, segundo seu discurso anteriormente citado:

“Comigo não dá. Porque eu sou muito enjoada. Porque eu tenho muita personalidade, nesse ponto, sabe? Chegou aqui uma fulana, que tinha feito o apartamento da sogra da minha filha, e.. e ela chegou aqui e falou: “aqui nada combina com nada” [risos], então eu falei, bom, então essa não serve pra mim, porque eu não vou dispor de nada, né.” (Maria Célia, Jardim Paulistano, grifos meus)

Além de intermediários do gosto, os arquitetos, designers e decoradores de interiores são aqui identificados como profissionais especializados na construção artificiosa de espaços de sociabilidade. Isto é, estes profissionais, que acompanhariam a moda corrente no segmento da decoração, que teriam uma formação que lhes confere noções de proporções e acomodação de objetos adequada nos espaços físicos, bem como conhecimentos sobre inúmeras técnicas como de iluminação, padronagem de

tecidos e cores, etc, aplicariam suas habilidades específicas no planejamento da decoração dos interiores. Nesse sentido, a elaboração da decoração de interiores funcionaria como a construção de vitrines, que mostrariam, através da dimensão simbólica e material, imagens modelares de estilos de vida socialmente construídos.

Deste modo, apesar de também poder ser compreendida como uma forma de afirmação de status social, a contratação de um profissional do gosto acabaria, por outro lado, desqualificando seus moradores frente às frações da elite detentoras do gosto dominante. Isto é, ao revelar sua própria deficiência em relação à aqueles que não necessitam nem se interessam pela ajuda de intermediários do gosto, aqueles que o fazem acabam por revelar suas posições sociais inferiores às ocupadas pelas primeiras. Assim, mesmo tendo alcançado determinadas situações econômicas compatíveis ou até superiores às ocupadas pelos membros das elites de origem antiga, os representantes da elite de tipo emergente, os “recém-chegados”, não seriam dotados dos mesmos recursos e repertórios culturais e materiais possuídos pelas elites mais antigas e herdeiras.

Tal como anteriormente observado, a prática da decoração de interiores também pode ser compreendida como uma forma de comunicação. Deste modo, pode-se afirmar ainda, que no caso das decorações realizadas por terceiros, isto é, pelos profissionais do gosto, o tipo de comunicação realizada refletirá as noções de gosto e estética dos profissionais que realizarão o serviço, já que é inevitável que o profissional não se imponha e interfira no processo de decoração para o qual foi contratado para realizar. Assim, a contratação de um decorador influenciaria o tipo de mensagem transmitida pela decoração de uma residência a respeito de seus moradores.

O processo da decoração de interiores realizada por profissionais do gosto se acrescentaria assim, à função primordial da casa como centro para reposição de energias e convívio familiar. E, ao servirem como mediadores culturais, sugerindo e até escolhendo ao menos parte dos bens que estarão dispostos nos espaços das casas, estes profissionais não só influenciam nas mensagens transmitidas a respeito do moradores, como também acabam participando do processo de construção de aspectos das suas identidades, expressas nas dimensões materiais e simbólicas da decoração de suas residências. Por fim, ao orientarem seus clientes a realizar determinado tipo de consumo de bens, os arquitetos, designers e decoradores, contribuem para a constituição dos seus sistemas de valores.

Considerações Finais

É comum desconsiderarmos a importância dos arranjos espaciais. A maneira como arranjamos, decoramos e organizamos os espaços são tidas como fatos dados, invisíveis, e aparentemente espontâneas. No entanto, arranjos espaciais, nos quais nossas vidas cotidianas são criadas, tanto incorporam quanto geram as regras e consequências da vida social. Seja um conceito ou um local físico, a casa representa uma das chaves do desenvolvimento pessoal, é um espaço da existência humana que reflete identidades e valores.

Sem a pretensão de esgotar as possibilidades de análise deste complexo e multifacetado objeto de estudo que concerne a esfera doméstica, busquei, neste trabalho, tornar visíveis algumas das relações entre os espaços sociais e as noções de identidade, posição social, poder e consumo para as elites paulistanas. As consequências das intensas transformações sociais e culturais do capitalismo contemporâneo são particularmente visíveis na moradia urbana. Deste modo, a casa contemporânea é, também, o foco para boa parte de nossas economias de consumo.

Nesse sentido, esta pesquisa pôde mostrar que as elites paulistanas adquirem bens para suas residências em lojas dentre as de mais alto custo disponíveis no mercado nacional e em viagens ao exterior. Investem em obras de arte, peças de mobiliário confeccionadas por designers prestigiosos, contratam profissionais de decoração, compram revistas sobre este tema, entre outros tipos de consumos voltado para o lar. Assim sendo, exceto aqueles entrevistados que passaram ou estão passando por um processo de declínio financeiro, é possível afirmar que os representantes de todas as frações de elite consideradas investem parte significativa de seus recursos financeiros em suas residências.

Neste processo de investimento, tal como observado nos capítulos 1 e 3, tanto a mídia impressa especializada investigada, quanto os arquitetos, designers e decoradores de interiores entrevistados desempenham papel significativo de intermediadores no mercado de bens para o lar. Por exemplo, dependendo das formas de apropriação que os leitores das publicações selecionadas fazem das suas matérias, tais revistas podem exercer certa influência sobre os mesmos, orientando suas escolhas, propagando necessidades de consumo, ideais de estilo de vida, e influenciando na formação do gosto e na decoração dos espaços residenciais. Apesar destas mídias utilizarem formatações que disfarçam o caráter propagandístico das suas

matérias, o tempo todo observa-se uma publicidade do sistema de gostos, preferências, e das opções disponíveis no mercado de decoração de interiores nacional.

Ainda de acordo com o capítulo 1, os três grupos de publicações analisadas divulgam ideais de estilos de vida relativos aos modos de vida das classes sociais economicamente dominantes. Ademais, tal como observado, além de conferirem legitimidade às informações e mensagens transmitidas por estas mídias, os arquitetos, designers, e decoradores que aparecem nas suas respectivas matérias elaboram e sugerem decorações, reformas, e renovações estéticas baseadas na compra de móveis e adereços de decoração em lojas, em sua maioria, altamente dispendiosas. Deste modo, estes profissionais também aparecem nestas revistas como agentes da construção de ideais de decoração residencial e de estilos de vida relativos às camadas sociais economicamente dominantes.

A partir de entrevistas realizadas com quatro profissionais do ramo de decoração de interiores, as análises do capítulo 3, a respeito do papel dos arquitetos, designers, e decoradores no processo de construção dos interiores domésticos contemporâneos os identificou como intermediários culturais e corretores do gosto de seus clientes. Segundo a ótica dos profissionais entrevistados, há dois principais motivos que levam as pessoas a contratarem seus serviços: a questão do status e o fator da segurança sobre as escolhas que estes profissionais oferecem aos seus clientes. Tanto o status social que seria expresso através da contratação e obtenção da “assinatura” de um profissional de prestígio, quanto a credibilidade e o êxito que seria garantido à decoração realizada com a ajuda de um profissional dotado de saber técnico ou capital cultural específico, aparecem como recursos utilizados, principalmente, pela fração da elite investigada de tipo emergente.

Dentre os dez moradores pertencentes às elites paulistanas entrevistados no capítulo 2, três contrataram os serviços de um decorador, e estes três foram identificados como pertencentes à elite de tipo emergente. A análise desta questão desenvolvida no capítulo 3 indica que os arquitetos, designers, e decoradores de interiores atuariam como intermediários do gosto para um público mais específico, e que não deteria o gosto dominante. Tal como será desenvolvido a seguir, ao relacionarmos os três capítulos desta pesquisa, observamos que as diferentes formas de apropriação, ou a não-apropriação, tanto das revistas quanto dos serviços dos profissionais do gosto por seus respectivos leitores e contratantes, tende a corresponder a padrões de posições sociais localizadas em diferentes setores da elite paulistana.

Deste modo, a análise caso a caso das dez residências investigadas apresentada no capítulo 2 confirma a existência de características distintivas entre membros da elite paulistana como um todo. Esta camada social mais ampla compreendida pela noção geral de elite aparece, assim, composta por frações diferenciadas. Com a ajuda de uma categorização ideal-típica de inspiração webberiana, elaboramos portanto, uma diferenciação da inteligibilidade de interiores domésticos de setores da elite paulistana.

Assim sendo, o exame aprofundado do material coletado na pesquisa de campo permitiu relacionar os aspectos materiais e simbólicos dos interiores investigados, bem como os discursos de seus moradores, a traços marcantes e comportamentos típicos encontrados em três setores da elite paulistana tal como anteriormente descritos, quais sejam: a elite de origem antiga apegada à tradição; a elite de origem antiga modernizada; e a elite emergente.

A análise de cada residência investigada baseada nesta definição tipológica simplificada demonstrou, de acordo com o observado no capítulo 2, a existência de uma variação da localização de cada entrevistado em relação à definição mais pura de cada uma destas frações da elite. Assim, em alguns casos, os moradores aparecem mais próximos das definições puras de determinada fração da elite, em outros, aparecem mais distanciados de uma definição pura. O caso do entrevistado Thiago por exemplo, identificado como membro da elite emergente, nos mostra que este morador adquiriu, além de poder financeiro, níveis de capital cultural e social à altura das elites de origem antiga, escapando assim, à modelização mais rígida da tipologia considerada e se encontrando mais distanciado de uma única definição pura de elite social.

Já dona Maria Célia, moradora de 81 anos da Residência I do Caderno de Imagens, aparece como um exemplo bastante próximo da definição pura de elite de tipo antiga apegada à tradição, com inúmeros bens herdados e demonstrações de repertórios culturais e materiais provenientes de seu pertencimento à famílias originárias de setores das elites tradicionais. Portanto, esta pesquisa permite compreender que a elite paulistana, ou melhor, as elites paulistanas, apesar de categorizáveis, são, de toda forma, extremamente heterogêneas, pois ocupam muitos lugares sociais, utilizam diferentes tipos de falas e repertórios. Assim, longe de ser um grupo homogêneo, percebemos aqui que para se compreender melhor este grupo social historicamente poderoso, é importante investigar suas distinções e disputas internas.

Apesar de ocuparem posições sociais relativamente próximas dentro da hierarquia social como um todo, pode-se dizer ainda, que as frações da elite investigadas se distinguem em função de seus respectivos repertórios culturais e

materiais. Tal como analisado no segundo capítulo, a posse ou não de bens herdados, e a variação da quantidade dos mesmos encontrada nas residências investigadas aparece, por exemplo, como um recurso de distinção baseado na herança material e simbólica, dotada de valor monetário e prestígio social. O recebimento e a exposição de heranças como louças com as iniciais da família, móveis antigos de alta qualidade (muitas vezes importados), obras de arte, tapeçarias, entre outros bens dispostos nestes interiores, explicita assim, as posições sociais privilegiadas ocupadas por tais herdeiros.

Por outro lado, tal como também observado no capítulo 2, as elites investigadas, e principalmente aqueles identificados como pertencentes à elite de tipo emergente, utilizam seus recursos financeiros para expressar seu poder de consumo. No caso das elites já estabelecidas desde gerações anteriores, os bens de consumo recentemente adquiridos se misturam às heranças de família e outros bens dispostos nos espaços residenciais. Já os membros da elite de tipo emergente, aparecem investindo pesadamente na aquisição de novos bens para suas residências, comprando mobiliário visivelmente dispendioso e equipamentos de atendimento pessoal e eletrodomésticos como geladeiras, fogões e televisões de última geração. Resultando assim, em uma decoração onde a intenção de ostentação é mais visível e perceptível. Os representantes desta última elite aparecem portanto, afirmando suas posições sociais através do uso do recurso de distinção que mais possuem, seu poder econômico.

De acordo com estas análises, pode-se aferir que as elites definidas como de origem antiga apegada à tradição, e de origem antiga modernizada, teriam mais opções em termos de recursos simbólicos para expressarem seu poder e manterem suas posições sociais dominantes na estratificação social. Pois, contando com heranças materiais prestigiosas, e o domínio de repertórios culturais tal como descrito no capítulo 2, estes não dependeriam, como é o caso da elite emergente, quase que unicamente dos seus recursos financeiros para afirmar suas posições sociais dominantes. As elites aqui consideradas de origem antiga (apegada à tradição e modernizada) ocupariam portanto, posições mais confortáveis que as elites mais recentes, já que as últimas teriam que realizar determinado esforço para adquirir por contra própria diversos repertórios culturais através da auto-educação, tal como o fez o morador entrevistado Thiago.

Entre outros, a decoração de interiores aparece neste estudo como uma prática que opera baseada em uma lógica de distinção¹⁰². Apesar das análises das imagens dos interiores de algumas das residências investigadas revelarem a intenção de evitar a ostentação através das suas decorações, pode-se afirmar que, inevitavelmente, todos os interiores domésticos, independente do tipo de decoração que apresentam, são meios de expressão material e simbólica sobre as posições ocupadas por seus moradores na hierarquia social. A decoração dos interiores domésticos mostra-se portanto, como uma prática que faz parte dos complexos processos de construção e manutenção das fronteiras sociais e suas respectivas tensões.

Através da análise da decoração de interiores, esta pesquisa também revela a importância da esfera doméstica como âmbito da vida social aonde os sujeitos afirmam suas identidades e constroem representações materiais sobre suas trajetórias de vida. Tais representações materiais contribuem para o processo maior de criação de sentido para suas vidas. Os bens têm assim, papel fundamental neste processo. De acordo com Douglas (2004:8) “os bens são investidos de valores socialmente utilizados para expressar categorias e princípios, cultivar idéias, fixar e sustentar estilos de vida, enfrentar mudanças ou criar permanências”.

Nesse sentido, a posse de certas heranças, tal como os quadros mencionados pela moradora entrevistada Ana Helena, a cômoda de Felipe, e os espelhos de Lia, entre outros bens citados, aparecem nos discursos dos entrevistados como parte de um sistema de significados que opera nos mundos sociais de cada um desses indivíduos. Mostrando, assim, que além de apontarem certas características sobre os perfis sociais dos sujeitos, as heranças materiais também nos ajudam a compreender as trajetórias de vida e a construção de sentido das narrativas pessoais.

A este respeito, vale relatar um depoimento de dona Maria Célia. Ao me mostrar sua residência após a entrevista para que eu pudesse fotografá-la, dona Maria Célia me contou a história de seu oratório (imagem 1 da Residência I do Caderno de Imagens). Este móvel pertencera a seu querido tio, e por muitos anos a entrevistada conviveu com este objeto sempre que visitava seu tio em sua casa, até o seu falecimento. Suas filhas, que alegaram não ter onde colocar este, entre outros bens por elas herdados de seu pai, resolveram leiloar alguns móveis de seu pai sem antes perguntar a outros parentes se estes se interessariam por algum dos móveis. Ao saber do leilão, e que o oratório seria leiloado, o que à dona Maria Célia pareceu um

¹⁰² Tal como observada por Bourdieu (2007).

sacrilégio pois aqueles bens, principalmente o oratório, não deveriam sair da família, a mesma foi ao leilão, sem o conhecimento das primas, e arrematou o oratório.

A atitude de dona Maria Célia nos mostra assim, não só o importante valor sentimental que certos bens podem ter para os sujeitos mas, também, corrobora a análise do perfil social desta moradora e o argumento maior das distinções entre as frações de elite aqui investigadas. O fato de dona Maria Célia achar que os bens de seu tio, e especialmente tal oratório, não devessem “sair da família”, mostra como os mesmos servem como legitimação da retrospectiva de sua história de vida. Para esta moradora da elite de origem antiga apegada à tradição, estes bens de família funcionam como recursos de validação e testemunho de sua trajetória que sustentam sua posição social específica.

Do mesmo modo, todos os entrevistados apontaram para algum bem que lhes é especialmente estimado por remeter a pessoas queridas de quem os receberam ou herdaram, ou que trouxeram de viagens especialmente marcantes, etc. Ademais, vale dizer que a casa aparece nos discursos dos entrevistados como um espaço central e estruturante de suas vidas, tanto em um sentido emocional mais abstrato, quanto em termos mais práticos como um local de segurança. As respostas abaixo, à última pergunta do questionário de pesquisa que pede que em algumas palavras o morador entrevistado diga o que a sua casa significa para ele, e qual a sua importância, vão ao encontro de tais observações:

“Ah, eu acho que casa, nossa casa é a segurança, é o... conforto, é a segurança psicológica, física...”

- Como assim segurança psicológica?

“É por exemplo, é você ter o seu espaço. O seu canto. A sua morada, você chega na sua casa você está na sua casa. É a sua casa que você mora, você faz dela gato e sapato. [risos] Eu acho que é a liberdade, é a sua liberdade.” (Ana Helena, Brooklin, grifos meus)

“Meu refúgio. Qual a importância? Não sei te dizer qual a importância, mas ela é muito importante, não sei dizer exatamente qual é a palavra, mas é o... é assim, eu não sou uma pessoa, é, muito social, assim, de sair muito, né, é... então a casa é um espaço importante pra mim, sabe? É um templo, é uma coisa assim, sabe? É onde eu tenho as minhas coisas, onde eu medito, onde eu faço minha ginástica, enfim, é um bom pedaço

da minha vida, é onde eu exerço um bom pedaço da minha vida.” (Alan, Jardins, grifos meus)

“Ah, a minha casa é tudo. Fora minha família que é tudo mais importante, fora... os amigos que eu tenho... agora eu fico pensando: O que que adiantaria ter a família que eu tenho, ter os amigos que eu tenho, se eu não tenho a minha casa pra receber. Entendeu? Então tudo faz parte, tá tudo junto... a casa é importante, a família, mais importante de que tudo, os amigos que a gente tem que eu adoro, então se você for ver... tem que ter tudo. Não dá pra você falar, eu viveria com isso, eu viveria sem isso.” (Deise, Higienópolis, grifos meus)

“Olha, eu acho, que a casa pra mim é... é um... é um ninho, né. Né, uma... uma coisa assim que te acolhe, que cê tá protegido... que você tá, é... como é que a gente fala, que você tá não só bem-vindo, mas acolhido, você tá seguro, não do ponto de vista de segurança de ladrão, mas que cê tá num ambiente que não é nada hostil, que cê arruma do jeito que você quer, sabe quando a gente... é... não tem a casa da gente, a gente não pode fazer o que a gente quer, né, e quando a gente tem, a gente pode fazer, né, o que a gente quer (...)” (Lia, Pacaembu, grifos meus)

“Fundamental. Sem isso, sem uma casa, eu não sobrevivo (...)” (Felipe, Moema, grifos meus)

“Olha, minha casa é muito importante. Não é questão de ser própria ou não, poderia ser uma casa alugada, mas é a sua casa, né. Mas... pra mim é muito importante o lar, é onde a gente tá é onde a gente vive com a família, eu sou muito família, eu sou muito mãe, se você olhar assim, eu tenho muito porta-retrato, eu tenho muito retrato, eu curto isso, sabe, eu curto todos aqui dentro se sentirem bem, se sentirem bem no seu quarto, ter o conforto, a segurança, como se fosse um ninho, assim, sabe?” (Vivian, Morumbi, grifos meus)

Portanto, a esfera doméstica aparece nos discursos dos entrevistados como uma dimensão central em suas vidas. De acordo com a “voz nativa”, é um lugar aonde se pode ter proteção, conforto, convívio com a família, bem-estar, onde passamos momentos importantes de nossas vidas. Assim, a relevância dada à casa contemporânea como um local para o bem-estar e conforto pode, também, ser

compreendida como uma reação à hostilidade hoje enfrentada pelos paulistanos nos espaços públicos da cidade, onde a população é forçada a conviver com sérios problemas como a violência e o trânsito massivo nas suas rotinas diárias.

Por outro lado, pode-se compreender esta noção generalizada da esfera doméstica como um espaço de refúgio, um “ninho”, e um local para a vida em família, como indicativos que reforçam o estereótipo da casa como um âmbito da vida social em oposição ao mundo público e que aparece muito bem introjetada nos discursos dos entrevistados. Assim, vale dizer que mesmo que, em parte, a casa represente de fato os aspectos acima mencionados, tais discursos revelam a força do estereótipo historicamente construído que separa as esferas do mundo público e privado.

Por fim, a experiência e as observações ao longo das etapas que constituíram esta investigação da decoração de interiores representada pelos três capítulos apresentados, pretende contribuir para os estudos das elites no Brasil. Ao desconstruir a função aparentemente natural e um tanto frívola desta prática, esta pesquisa nos mostra como a mesma serve como elemento de concretização e simbolização das estruturas de poder e dominação. Consequentemente, a decoração de interiores residenciais para as elites paulistanas tal como observada neste trabalho pode ser compreendida, independente da fração da elite, como uma prática de consolidação das desigualdades sociais em um país extremamente desigual.

Ainda pouco explorada nas ciências sociais, a esfera doméstica aparece aqui como um importante espaço de investigação sociológica onde muitos aspectos se cruzam. Assim, para além das análises relativas às distinções entre as elites, esta pesquisa também acaba revelando, mesmo que não os examine de modo aprofundado, aspectos relevantes sobre a esfera doméstica de uma forma mais ampla, tal como o valor e os significados da casa contemporânea em um sentido cultural abrangente. Deste modo, esta análise sobre a decoração da casa se mostrou diretamente relacionada com a realidade social para além dos muros que delimitam seus domínios, ligada ao mercado de bens de consumo para o lar, à movimentação de toda uma vasta gama de publicações específicas voltadas para esta atividade, e como uma prática que sustenta a crescente atuação de profissionais especializados neste segmento. Pode-se concluir portanto, que há todo um circuito de relações e grupos interessados em que a decoração de interiores continue sendo uma atividade simbolicamente eficaz e socialmente valorizada.

Referências bibliográficas

- ADELL, Denise. *Arquitetura, design e mobiliário: um estudo sobre os espaços interiores da casa em São Paulo*. Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação. FESP-SP, São Paulo, 2006.
- APPADURAI, Arjun. *The Social Life of Things: Commodities in cultural perspective*. Cambridge; New York: Cambridge University Press, 1988.
- ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. *A Embalagem do sistema: A publicidade no capitalismo brasileiro*. São Paulo: Edusc, 2005.
- Atlas da exclusão social no Brasil*, vol.3: os ricos no Brasil. Márcio Pochmann [et. Al.](organizadores). 2.ed. São Paulo: Cortez, 2005.
- BANKS, Marcus. *Using Visual Data in Qualitative Research*. London: Sage, 2007.
- BARTHES, Roland. *Mitologias*. Rio de Janeiro: Difel, 2006.
- BAUDRILLARD, Jean. *O Sistema dos Objetos*. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002[1968].
- BAUMAN, Zygmunt. *Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.
- . *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Zouk/Edusp, 2007.
- . “A casa ou o mundo às avessas” in: Mariza Corrêa (org.) *Ensaio sobre a África do Norte*. Campinas, Unicamp, fev. 2002, (Texto didático IFCHn.64).
- . *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. São Paulo: Zouk, 2004.
- . *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- . “Gostos de classe e estilos de vida” in Ortiz, Renato (Org). *Pierre Bourdieu*. São Paulo: Ática, 1994.
- . *The Social Structures of the Economy*. Cambridge: Polity Press, 2008.
- CARVALHO, Vânia Carneiro de. *Gênero e Artefato: O Sistema Doméstico na Perspectiva da Cultura Material – São Paulo, 1870-1920*. São Paulo: EDUSP/FAPESP, 2008.
- BUCHILI, Victor (org.) *The Material Culture Reader*. Oxford: Berg Publishers, 2002.
- Casa Claudia*. São Paulo: Editora Abril S.A., ano 29 (2005), números, 6,10 e 11.

- Casa Claudia*. São Paulo: Editora Abril S.A., ano 30 (2006), números 7 e 10.
- Casa Claudia*. São Paulo: Editora Abril S.A., ano 31 (2007), n. 6.
- Casa Claudia*. São Paulo: Editora Abril S.A., ano 32 (2008), n. 10.
- Casa Claudia*. São Paulo: Editora Abril S.A., ano 33 (2009), números, 2, 3 e 4.
- Casa Vogue Brasil*. São Paulo: Editora Carta Editorial Ltda., números, 241, 244, 252, 254, 265, 267, 273, 277, 283, 284.
- CASTAN, Nicole. “O público e o particular” in: Áries, Phillipe e Duby, Georges (orgs.) *História da Vida Privada*, vol.3, São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- CHAUÍ, Marilena. “O discurso competente” in *Cultura e Democracia. O discurso competente e outras falas*. São Paulo: Moderna, 1981.
- CLARO, Mauro. *Unilabor: desenho industrial, arte moderna e autogestão operária*. São Paulo: Senac, 2004.
- CORREIA, Thelma de Barros. *A construção do habitat moderno no Brasil – 1870-1950*. São Carlos: RiMa, 2004.
- CORTES, José Miguel. *Políticas del Espacio: Arquitectura, género, y control social*. Barcelona: Iaac, 2006.
- Cozinhas & Salas de Almoço*. São Paulo: On Line Editora, números, 17, 24 e 29.
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly e Eugene Rochberg-Halton. *The Meaning of Things: Domestic Symbols and the Self*. New York: Cambridge University Press, 2002[1986].
- DARNTON, Robert. “Primeiros passos para uma história da leitura” in *O beijo de Lamourette. Mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Cia. das Letras, 1990.
- DOUGLAS, Mary & ISHERWOOD, Baron. *O Mundo dos Bens: Para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ Editora, 2004.
- . *O Mundo dos Bens, Vinte Anos Depois*. In: *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, Ano 13, n.28, 2007, p.17-32.
- ELMAN, Débora. *Jornalismo e estilo de vida: O discurso da revista Vogue*. Dissertação de mestrado. PPGCOM/UFRGS, Porto Alegre, 2008.
- FLANDRIN, Jean-Louis. “A distinção pelo gosto” in Áries, Phillipe e Duby, Georges (orgs.) *História da Vida Privada*, vol.3, São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- FOLZ, Rosana Rita. *Mobiliário na Habitação Popular. Discussões de alternativas para melhoria da habitabilidade*. São Carlos, RiMa: 2003.
- . “Habitações Econômicas paulistas: análise dos projetos das unidades dos atuais programas habitacionais”. Monografia apresentada à

- disciplina Habitação, metrópoles e modo de vida. São Carlos: PPG-ArqUrb-USP, 2004.
- FORTY, Adrian. *Objetos de Desejo: Design e sociedade desde 1750*. São Paulo: Cosac Naify, 2007[1986].
- FREITAG, Bárbara. *A Teoria Crítica: ontem e hoje*. São Paulo: Brasiliense, 2004.
- GIULIANI, Paola Cappellin. “Os movimentos de trabalhadoras e a sociedade brasileira” in Priore, Mary Del (org.). *História das Mulheres no Brasil*. São Paulo, Contexto, 1997.
- GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1985.
- _____. *Interaction Ritual. Essays on face-to-face behavior*. New York: Pantheon Books, 1982.
- GUATTARI, Félix. “Mídia e produção de subjetividade”. In: *Imagem-máquina*. São Paulo: Ed. 34, 1997.
- HARVEY, David. *Condição pós-moderna. Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola, 1992.
- HALL, Stuart. *Identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- JENKINS, Richard. *Pierre Bourdieu*. London: Routledge, 1992.
- KOWARICK, Lucio. *A Espoliação Urbana*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.
- _____. *As Lutas Sociais e a Cidade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.
- LEFEBVRE, Henri. *The Production of Space*. Malden: Blackwell, 2009.
- LIMA, Diana Nogueira de Oliveira. *Sujeitos e objetos do sucesso: antropologia do Brasil emergente*. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A Felicidade Paradoxal*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- MASSEY, Anne. *Interior Design of the 20th Century*. London: Thames and Huston, 1996.
- MARICATO, Ermínia. (Org.) *A produção capitalista da casa (e da cidade) no Brasil*. São Paulo: Alfa-Omega, 1979.
- MCCRACKEN, Grant. *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Bloomington: Indiana University Press, 1988.
- MEDEIROS, Marcelo. *O que faz os ricos ricos: o outro lado da desigualdade brasileira*. São Paulo: Hucitec: Anpocs, 2005.

- MELLO E SOUZA, Gilda. *O Espírito das Roupas: A moda no século XIX*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005[1987].
- MICELI, Sérgio. *Imagens Negociadas: Retratos da elite brasileira (1920-1940)*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- MIGUEL, Jorge Marao Carnielo. *A Casa*. Londrina: Eduel, São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2003.
- MILLER, Daniel. *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Blackwell, 1987.
- _____. *Home Possessions: Material culture behind closed doors*. Oxford: Berg, 2001.
- _____. “Consumo Como Cultura Material” In: *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, ano 13, n.28, 2007, p.33-64.
- _____. *Stuff*. Oxford: Polity Press, 2010.
- MIRA, Maria Celeste. *O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX*. São Paulo: Olho d'Água/Fepesp, 2001.
- PINÇON, Michel & PINÇON-CHARLOT, Monique. “Sociologia da Alta Burguesia”, in *Sociologias* [online]. Porto Alegre, ano 9, n.18, 2007, pp. 22-37.
- PINHEIRO FILHO, Fernando Antonio. *Lasar Segall: arte em sociedade*. São Paulo: Cosac Naify e Museu Lasar Segall, 2008.
- PINK, Sarah. *Doing Visual Ethnography*. (2nd. ed.). London: SAGE Publications, 2007.
- Quartos & Closets*. São Paulo: On Line Editora, números, 16, 23 e 29.
- ROBBINS, Derek. *Bourdieu & Culture*. London: SAGE Publications, 2000.
- Salas & Livings*. São Paulo: On Line Editora, números, 17, 22, 24 e 31.
- SENET, Richard. *Carne e Pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental*. Rio de Janeiro: Record, 1997.
- _____. *O Declínio do Homem Público: as tiranias da intimidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- THERBORN, Gora. *Sexo e Poder*. São Paulo: Contexto, 2006.
- WEBB, Jen; Schirato, Tony and Danaher, Geoff. *Understanding Bourdieu*. London: SAGE Publications, 2002.
- WOODWARD, Ian. *Understanding Material Culture*. London: Sage, 2009[2007].

Outras Fontes:

Website: <http://loja.revistaonline.com.br/online/vitrines/info/empresa.asp>

Website: <http://www.voguebrasil.com.br/site/>

Website: <http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=12>

ANEXOS

- 1. Roteiro de Entrevista com Moradores das Residências Visitadas**
- 2. Roteiro de Entrevista com os Arquitetos, Designers, e Decoradores de interiores**
- 3. Modelo de Carta de Apresentação utilizada nas entrevistas com moradores**
- 4. Transcrições das Entrevistas com Moradores**
 - 4.1 Transcrição entrevista morador 1**
 - 4.2 Transcrição entrevista morador 2**
 - 4.3 Transcrição entrevista morador 3**
 - 4.4 Transcrição entrevista morador 4**
 - 4.5 Transcrição entrevista morador 5**
 - 4.6 Transcrição entrevista morador 6**
 - 4.7 Transcrição entrevista morador 7**
 - 4.8 Transcrição entrevista morador 8**
 - 4.9 Transcrição entrevista morador 9**
 - 4.10 Transcrição entrevista morador 10**
- 5. Transcrições Entrevistas com Arquitetos, Decoradores e Designers**
 - 5.1 Transcrição entrevista com Marcelo Rosenbaum**
 - 5.2 Transcrição entrevista com Sandra Pierzshalski**
 - 5.3 Transcrição entrevista com Regina Strumpf**
 - 5.4 Transcrição entrevista com Carolina Rocco**

ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA PESQUISA DE CAMPO

“Decoração de interiores, consumo e as elites paulistanas: a produção simbólica dos espaços da casa”

Questionário N.: _____

BLOCO 1 – BAIRRO, CONFIGURAÇÃO DA MORADIA, MORADORES, E USOS DO ESPAÇO DA CASA

Bairro de moradia: _____

Tipo de moradia:

1	Casa
2	Apartamento
3	Outros. Especificar:

Sexo: F () M ()

1) Quantas pessoas moram nesta residência, qual a idade e a posição familiar dos moradores? (grau de parentesco, empregada doméstica, etc.)

Nº	Idade	Posição familiar
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		

2) Residência:

1	Própria
2	Alugada
3	Outros. Especifique:

3) Escolaridade da/o entrevistada/o:

1	1º grau incompleto	4	2º grau completo	7	Curso técnico
2	1º grau completo	5	Superior incompleto	8	Pós graduação
3	2º grau incompleto	6	Superior completo	9	NS / NR

4) Qual a sua profissão e a do seu marido/namorado (com a maior precisão possível)?

5) Há quanto tempo mora nesta/e casa/apto?

1	Menos de cinco anos
2	De 5 a 10 anos
3	Mais de 10 anos

6) Qual é a composição de cômodos da casa (quantos: quartos, suítes, banheiros, lavabos, salas, etc.)? Você saberia dizer qual é a área útil/metragem da casa?

7) Você se considera uma pessoa/parte da elite paulistana?

8) Por que decidiram se mudar para esta casa/apto e bairro da cidade? Aonde moravam anteriormente? Está satisfeito aqui? Se não, porquê? Para onde gostariam de ir? (bairro, cidade, país)

9) Você já fez alguma reforma? Se sim, qual e porquê? Se não, há algo que você gostaria de mudar na sua casa? O quê?

1	sim
2	não

10) Como é que se dá a distribuição das pessoas na casa ao longo do dia? (em termos de ocupação/uso dos espaços) Em que cômodo da casa, no dia-dia, os moradores permanecem mais tempo juntos? Em que momento do dia?

11) Aonde na casa você costuma receber visitas? Vc diria que isso muda conforme o grau de intimidade com as visitas? Com que frequência recebe visitas? (familiares, vizinhos, colegas de trabalho, etc)

12) Você arruma a casa, ou parte dela, para receber visitas? Como? Porquê?

1	sim
2	não

13) Tem um lugar onde você mais gosta de ficar na sua casa? Porquê?

BLOCO 2 – DECORAÇÃO DA CASA

14) Você acha importante decorar a casa? Porquê você procura decorar a sua casa? (tentar entender porque e para quê as pessoas querem comprar bens de decoração)

15) Qual o cômodo/lugar da casa que você mais cuida a decoração?

16) Quem fez a decoração da sua casa? Você contratou algum decorador ou arquiteto?

- Se sim: porquê? Como vc o conheceu? Ficou satisfeito com o resultado do trabalho dele, ou há algo que não lhe agradou muito? O quê? Tomou alguma providência para mudar? Qual?

- Se não: Como vc fez para escolher os móveis, o que orientou as suas escolhas?

17) Quando você vai comprar alguma coisa para sua casa, o que te orienta? O que orienta suas escolhas? (preço; estética; etc)

18) Com que frequência você troca a decoração da sua casa? Porquê?

19) Você lê revistas de decoração de interiores? Se sim, quais? Porque as compra?

1	sim
2	não

BLOCO 3 – LOJAS / GRIFES

20) Você é capaz de reconhecer as lojas, marcas, ou designers dos móveis ou objetos? Como? (feiras de decoração, cursos, revistas, etc)

21) Aonde você comprou os seus móveis? (nome da loja, rua, se não lembrar, especificar o tipo de loja) Esses eram realmente os móveis que você gostaria de comprar? Na hora de escolher, vocês pensaram em uma coisa mais prática, ou mais “bonita”? (forma X função?)

22) Algum dos seus móveis foi herdado? Quais? De quem?

BLOCO 4 – ESTILO DE VIDA / GOSTO

23) Você saberia dizer qual o estilo dos seus móveis? Há um estilo que vc mais gosta? Quais estilos vc prefere? Porquê?

1	Moderno	3	Clássico	5	Étnico
2	Contemporâneo	4	Rústico		

24) Quais são os móveis ou objetos da sua casa que vc mais gosta? Quais são mais importantes para vc? Porquê? Eles tem alguma história ou significado especial?

25) O que você mais valoriza no seu ambiente de moradia? (citar os adjetivos abaixo, e selecionar três mais importantes)

Clareza	1	
Praticidade	2	
Harmonia / conforto	3	
Amplitude, espaço	4	
Sobriedade / discrição	5	
Silêncio / calma	6	
Limpeza	7	
Segurança	8	
Outros	9	

26) Em algumas palavras, o que sua casa significa para você? Qual é a importância da sua casa?

As respostas ao roteiro da entrevista serão gravadas e após a mesma os cômodos da casa serão fotografados caso permitido.

- Obs.: Anotar os que deixam e os que não deixam fotografar suas casas.

Roteiro de Entrevista com Arquiteto, Designer, ou Decorador de Interiores

Pesquisa de mestrado: Decoração de interiores, consumo e as elites paulistanas: a produção simbólica dos espaços da casa

1. Trajetória pessoal e modo de inserção no campo profissional: data e cidade de nascimento / aonde estudou / nível de formação educacional atingido / Como você virou designer? Como as coisas aconteceram?
2. Como as pessoas chamam a você? Como elas te conhecem? (indicação, site, revistas?)
3. Quando alguém entra em contato com você pela primeira vez para um projeto de decoração e/ou reforma, quais são as primeiras informações que você procura saber?
4. E depois, quando vocês já decidiram que vc vai fazer um trabalho na casa da pessoa, como vocês decidem o conceito, o estilo? Você tem o seu próprio estilo? Como vocês negociam isso?
5. Na sua opinião, o que as pessoas (“de elite”) procuram quando contratam um decorador, arquiteto, ou designer de interiores? Porque elas contratam um profissional para fazer aquilo que, talvez, ou ao menos a princípio, parece que elas poderiam fazer sozinhas?
6. Acontece, às vezes, de seus clientes não gostarem de uma proposta de trabalho que você lhes apresenta? Se sim, quando isso acontece como você faz, procura se adequar às preferências deles, ou procura argumentar a favor de sua própria concepção estética? Neste último caso, que argumentos você usa para “defender” os seus projetos quando os apresenta aos seus clientes?
7. Quando você vai comprar móveis e objetos para as casas que está trabalhando, quem escolhe as lojas e os objetos, é sempre você, ou os moradores opinam nesse processo?
8. Qual a sua relação com a coisa da moda, das marcas, e lojas de grife? Qual a importância, na sua opinião, de se ter móveis e peças de design assinadas ou de marcas consideradas prestigiosas?
9. Como se define o padrão de excelência na área da decoração? Quem define o que é de bom gosto?

10. E os seus clientes, se importam com a moda? questão da grife dos objetos? Eles sabem reconhecer a marca, loja, designer das peças e mobiliário? Se sim, como você acha que eles aprendem isso?
11. Baseado(a) na sua experiência de trabalho, você diria que há um espaço específico da casa com o qual as pessoas se preocupam mais com a decoração? Qual/quais? Há outros com o qual se preocupam menos em termos de decoração? Se sim, qual/is?
12. Qual membro da família (se família) costuma contratar e acompanhar o desenvolvimento do seu trabalho? (A maior parte de seus clientes são mulheres?)
13. Em que bairros de São Paulo se localizam as casas ou apartamentos que você decora e reforma? (citar exemplos)
14. Você lê revistas de decoração de interiores? Se sim, quais? Porquê?
15. Qual sua opinião, de forma mais abrangente, sobre o gosto da elite paulistana para a escolha de mobiliário e objetos de decoração residencial?

São Paulo, 9 de Fevereiro de 2010

Prezados(as) senhores(as),

O Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade de São Paulo (PPGS-USP) por intermédio do Prof. Dr. Fernando Antonio Pinheiro Filho solicita sua colaboração na consecução da pesquisa **“Decoração de interiores, consumo, e as elites paulistanas: a produção simbólica dos espaços da casa”** desenvolvida por sua aluna e bolsista de Mestrado da FAPESP (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo) Denise Adell de F. Guimarães.

Em linhas gerais, esta pesquisa estuda os interiores domésticos e suas relações com seus moradores. Procura, através da análise do mobiliário, da decoração, do design e da arquitetura dos espaços residenciais, identificar e comparar alguns aspectos das formas de convivência e sociabilidade dos moradores e suas relações sociais mais abrangentes.

Para sua realização é preciso entrevistar o(a) morador(a) que escolheu os móveis e a decoração da residência. Além disso, é parte integrante da pesquisa, um levantamento fotográfico dos cômodos da casa. As informações obtidas nessa pesquisa têm finalidade exclusivamente acadêmicas. Tanto o endereço das residências visitadas como os nomes dos moradores entrevistados não serão mencionados.

Agradecemos assim, a sua disposição em contribuir com esta pesquisa acadêmica ao concordar em receber nossa aluna em sua residência no dia e horário que melhor lhe convir.

Atenciosamente,

Prof. Dr.: Fernando Antonio Pinheiro Filho
Departamento de Sociologia
Orientador da Pesquisa

Dados referentes à aluna:

Nome: Denise Adell de Freitas Guimarães – Numero USP: 3563136
Endereço: R. Delfina, 145 – Ap. 41 - Vila Madalena – 05443-010 - São Paulo – SP
- Tel.: (11) 2364 9685 / 7605 2071 – R.G.:30613403-2

Entrevista com: Lia – Morador 1
Bairro: Pacaembu, São Paulo

- Bom, Lia, a casa é de vocês?
- É.
- E quantas pessoas moram aqui hoje?
- É... duas, e uma empregada que mora durante a semana.
- E qual a sua formação?
- Superior.
- Superior completo, né? E o Fernando?
- O Fernando tem até mestrado.
- E a profissão de vocês?
- Eu sou consultora, de programas de férias, e o Fernando é administrador.
- E há quanto tempo vocês moram nessa casa?
- Há 22 anos.
- E você poderia me dizer quantos cômodos tem, suítes, com closet ou não...
- Tem assim, uma suíte com dois closets, depois três quartos, dois banheiros, que eram dos filhos. Depois tem dois quartos de empregada, banheiro de empregada, a cozinha, dispensa, uma salinha que era uma sala de piano, a lavanderia e mais um banheiro, a sala de visita, a sala de jantar, e uma sala de televisão. E em baixo tem mais um porão, com dois banheiros, e em cima tem dois escritórios, uma banheirinho, e uma salinha.
- E uma piscina...
- Uma piscina, jardim, é, tem um quintal na frente da casa, tem a garagem, o jardim da frente...
- Uhum, e... tem uma pergunta que você pode responder como você quiser, e se você quiser: Você se considera uma pessoa da elite? Ou parte de algum tipo de elite?
- É, eu acho que morando numa casa boa, bonita, num bairro bacana e tudo já é... uma elite, né, eu acho que é... Uma casa grande, que eu posso manter, que apesar dos filhos terem saído eu posso morar aqui, tudo, eu acho que... eu me considero sim, me considero.
- Uhum, tá, tá. E porque vocês decidiram se mudar pra essa casa e bairro da cidade? Aonde vocês moravam antes? E se você está satisfeita aqui?
- Olha, eu morava na casa vizinha, que é onde mora minha mãe.
- Ah, então você já estava no bairro...
- Então, quando eu me casei, meus pais, que eram donos de uma casa nesse terreno, nos cederam a casa e a gente veio morar aqui. Um porque a gente gostava do bairro, e outro porque a gente teve essa facilidade. E a gente adora morar aqui, porque é um bairro super central, um bairro, preservado, ainda é, bem tranquilo, arborizado, e... eu acho que tem todas as vantagens de um bairro de casas sem ficar muito distante, né, acho bem gostoso.
- Tá, e vocês já fizeram alguma reforma desde a construção da casa? Se sim, qual e porquê?
- Olha, a casa que a gente veio morar, em setenta e quatro, era uma casa muito velha, uma casa antiga. Em oitenta e cinco, a gente derrubou aquela casa, e construímos, essa. Então essa casa, que a gente já tá há vinte e dois anos, é a casa nova, que já foi a grande mudança da velha pra essa. Em relação a reformar essa, a gente não reformou mas a gente fez mudança no jardim... não reforma grande, mas mais assim pra o jardim ficar mais fácil de cuidar, que

mais que a gente mudou... no fundo acho que foi só isso, houve pouca mudança.

- E como que vocês usam a casa assim ao longo do dia, trabalham em casa ou não, em que cômodo da casa vocês ficam mais tempo juntos? Como que é assim um pouco essa dinâmica da ocupação do espaço da casa ao longo do dia, durante a semana e aos finais de semana?
- Olha, durante a semana é assim, a gente usa nosso quarto, claro, com banheiro, e... todas as refeições são feitas na sala de jantar. Então todo dia de manhã a gente usa a sala de jantar, a cozinha, a lavanderia, é usada todo dia, e o quarto da empregada. Depois que a gente janta, ou então a gente almoça, a gente fica um pouco na sala, e, como eu trabalho em casa, eu uso bastante o escritório, especialmente no período da tarde, toda tarde eu fico no escritório, né. E... e então o Fernando gosta muito de ler jornal na sala, quando ele chega do trabalho, ou nos finais de semana, ele gosta muito de ver televisão naquela salinha de televisão... e... então eu diria que fora o quarto das crianças, a gente usa o resto da casa bastante. Até o porão que era um lugar meio sem uso a gente faz ginástica ou esteira todo dia.
- E vocês costumam receber visitas e aonde na casa? Isso muda com o grau de intimidade, ou não, ou é sempre do mesmo jeito? Vocês arrumam a casa pra receber as visitas? Com que frequência recebem?
- Olha, normalmente a gente não muda nada, porque, a sala de jantar é fácil, está perto da sala de visitas, e... a gente acho que recebia mais, agora talvez, uma ou duas vezes por mês que vem, e a gente faz um jantar, mais os filhos, vem, toda segunda-feira vem meu filho, mais meu pai, minha mãe, então, vem bastante gente mas não é uma visita formal, assim... né, e... a gente uma vez por ano faz um jantar grande, que aí tem que tirar todos os móveis de lugar, faz uma mesa comprida, mas em geral a gente usa do jeito que tá mesmo.
- E assim, pra você tem algum cantinho da casa, algum lugar que você gosta mais de ficar em especial e se sim, qual e porque?
- Eu gosto muito de ficar no meu quarto. Porque eu gosto muito de ler, eu adoro ler, na minha cama, então, é... quando termina o meu trabalho no final a tarde, no começo da noite, eu adoro descansar um pouquinho no meu quarto e... ler tranqüila e... ler o jornal da manhã que eu não tive tempo, ler algum livro, alguma revista, então eu gosto bastante de ficar no meu quarto.
- E porque o quarto? Seria uma coisa mais de...
- Eu acho que é o lugar que eu posso por exemplo deitar, desarrumar a cama, por os travesseiros, tem a luz boa, tem meus livros... tá tudo lá. Se eu quiser ler meus livros aqui tem que trazer, se eu quiser ler o jornal tem que ir buscar o jornal, sentar num lugar, ascender a luz, e eu sinto que no quarto... tá tudo já preparado.
- Entendi. E você acha importante decorar a casa, Bia?
- Super importante.
- E porque você cuida disso, faz esse trabalho?
- Eu acho muito bom ter uma casa com coisas bonitas, com coisas que eu goste, que a família goste, eu acho que é... dá muito prazer né, cê chegar num lugar que tem coisas bonitas, tem coisas que... tem algum significado pra você, que... cê se reconhece na casa, né, num tô falando numa casa de decorador que cê chega e num tem... quer dizer, eu não gostaria, tem gente que gostaria, mas... eu... eu gosto de chegar numa casa que tenha a cara da gente, então... eu invisto bastante tempo, e sempre que eu vejo uma coisa bonita, quero por, gosto de flores, gosto de...

- E... ainda um pouco sobre a decoração, você acha que teria um lugar da casa onde a decoração é feita com mais cuidado, com mais capricho? Se sim, porque? E quem fez a decoração da casa de vocês?
- Olha, o lugar que a gente mais investe é a sala, e... não sei, acho que é um lugar que tá sempre clarinho, como a gente usa bastante a sala, é um lugar que eu gosto de ver arrumada, eu penso bastante na sala. E quanto `a decoração, é tudo da nossa cabeça. Não tem a mão de nenhum decorador, então a gente, acha que precisa de uma estante, então vai atrás de alguém que faça uma estante, ou quer mudar o sofá e compra o tecido, mas é tudo da nossa cabeça.
- Desde o começo?
- Desde o começo.
- E quando vocês vão comprar alguma coisa pra casa de vocês, o que que orienta um pouco assim, a escolha? É mais uma questão estética, ou se vai caber, ou de necessidade, ou praticidade...
- Olha, eu vou te dar um exemplo, a gente acabou de comprar umas cadeiras aqui pra fora, porque essas estão muito velhas já, estão caindo aos pedaços, então procuramos cadeiras que fossem, dentro de um orçamento razoável, a gente não gosta de comprar coisas assim super caras, a gente prefere comprar coisas baratas, bonitas, e que combinem com o nosso gosto, né. De vez em quando a gente vê uma peça, por exemplo essa cadeira, que não é uma coisa, não era necessário, mas, eu achei que o Fernando ia gostar, eu achei bonita, então eu comprei. Mas, em geral, é mais a necessidade e a praticidade.
- Tá. Você lê revistas de decoração de interiores?
- Leio.
- Quais e porque?
- Eu gosto de ver revistas bonitas. Eu gosto da... Casa Claudia, um pouco Arquitetura & Construção... tem umas que eu não gosto. Eu não gosto de Casa Vogue, eu acho que não tem nada lá que eu... me sentiria com vontade de comprar, ou porque é muito caro, ou porque é exclusiva... eu não tenho boas... não tenho boas idéias dessa revista. Tem uma outra... não sei acho que chama Casa & Jardim, depende, `as vezes eu vou na banca e tem uma foto bacana que tá me interessando... mas eu não compro muito, eu compro quando eu viajo.
- E... você é capaz de reconhecer a loja, a marca, ou o designer de um ou outro móvel? Você tem esse repertório? E se sim, como você adquiriu isso, esse conhecimento?
- Olha, eu acho que... convivendo com peças bonitas, e cômodas, e confortáveis, então, tem alguns móveis de... de design que uma vez a gente quis muito comprar, ou quis muito ter, como aquela cadeira ali, que é uma cadeira acho que é Charles Eames, então essa cadeira era um sonho que a gente tinha, né. Essas poltronas que eu adoro, são do meu irmão, então eu gosto muito, eu sei que são de design mas, por acaso ele se mudou, não precisou, não quis, então ficaram com a gente. Também as cadeiras da mesa de jantar a gente comprou as cadeiras de design, foi muito bom, porque elas tem 35 anos e estão... e a mesa também é do Carlinhos Motta [designer brasileiro], então, também tem um desenho bacana.
- E algum dos seus móveis foi herdado?
- Foi.
- De quem?
- Deixa eu ver o que é que eu poderia te falar, na verdade o que eu herdei eu acabei emprestando para a minha filha. Eu herdei da minha avó, uma mesinha, com um espelho, que, tinha no hall da casa da minha avó, e quando ela se mudou pra casa dela eu dei pra ela, e tem no nosso quarto um espelho que era

- da casa do meu avô paterno, que eu gostava muito... tem um sofá que tá no sítio que era da antiga casa dos meus pais que a gente aproveitou...
- E você acha que você quis ter esses móveis porque você precisava, ou tem uma importância afetiva maior que a necessidade?
 - Ah, afetiva... essas mesinhas da minha avó eu não podia viver sem elas, eu... eu curto isso, eu curto ter essas heranças.
 - Teria algum estilo da casa, tipo clássico, moderno....
 - É um samba do crioulo doido [risos], um pouco de tudo.
 - Tá ótimo. Voltando um pouco `a coisa dos móveis, tem algum que você gosta mais? Tem alguma história que explica o porquê...
 - Olha, eu acho que tem essa história do passado, eu acho que por exemplo essa cadeira que cê tá sentada, era uma cadeira do apartamento dos pais do Fernando do Guarujá, então tem mais de cinquenta anos, e quando ela vendeu o apartamento, elas nos deu, deu uma cadeira pra nós, e uma pra Thaís, irmã do Fernando. Então a gente arrumou, reformou, eu acho, eu adoro esse tipo de história, né, e... eu acho importante cada coisa que cê tem na casa ter uma... história, eu curto coisas com história. Tem uma cadeira ali que foi bordada por uma tia do Fernando, depois tem uma marquesa que era da minha madrinha, uma mesinha que era dela... coisas da Associação [Associação minha Rua Minha Casa, onde a entrevistada é voluntária], tudo tem uma explicação, uma razão de ser... a gente vai acrescentando coisas novas também, né, o Carlinhos Motta, `as vezes a gente vê algum móvel antigo que a gente gosta...
 - Está terminando, Lia, só mais duas questões.
 - O que você mais valoriza no seu ambiente de moradia: Claridade; praticidade; harmonia e conforto; amplitude e espaço; sobriedade e descrição; silêncio e calma; limpeza; segurança; ou algum outro?
 - Eu acho que depende um pouco de que ambiente que a gente tá falando, né, então por exemplo a sala, é... luz eu acho super importante em todo lugar. Eu acho importante uma sensação é... de... de conforto, e conforto pra mim significa, silêncio, significa, luz, significa coisas é... confortáveis de sentar, confortáveis de... sabe, cê levantar e ir lá longe pra acender a luz, significa cê poder por seu pé na mesa, uhum... que mais, mas harmonia também, acho que... um lugar desarrumado, é... me irrita, agora, eu gosto que a casa esteja arrumada mas não sou neurótica, eu não gosto de encontrar coisa fora do lugar.
 - Em algumas palavras, o que sua casa significa para você? Qual a importância da sua casa para você?
 - Olha, eu acho, que a casa pra mim é... é um... é um ninho, né. Né, uma... uma coisa assim que te acolhe, que cê tá protegido... que você tá, é... como é que a gente fala, que você tá não só bem-vindo, mas acolhido, você tá seguro, não do ponto de vista de segurança de ladrão, mas que cê tá num ambiente que não é nada hostil, que cê arruma do jeito que você quer, sabe quando a gente... é... não tem a casa da gente, a gente não pode fazer o que a gente quer, né, e quando a gente tem, a gente pode fazer, né, o que a gente quer, então, eu quero por um sofá vermelho, e um sofá verde eu ponho, porque é a casa da gente, então eu quero por agora um cavalinho de madeira lá fora, então eu vou por, eu acho gostoso a casa... cê ter essa liberdade de fazer da sua casa sabe, o que cê quer. E apesar de achar que casa dá bastante trabalho, `as vezes eu fico meio cheira, mais, é aqui que eu quero voltar, sabe, quando eu tô triste, quando eu tô cansada, quando eu tô é... pensando em alguma coisa que precisa ser feita, ou quando eu penso em reunião, ou quando eu penso em encontro, eu gosto muito de... eu me refiro assim mentalmente `a minha casa, né, é um lugar que... eu me sinto bem... bem protegida mesmo, acolhida, né. E... eu acho que é bonita a

casa, eu tenho prazer de entrar sabe, numa casa que eu acho bonita, eu gosto de... arrumar as coisas e... do nosso gosto, mas eu acho gostoso. Eu gosto também que as pessoas gostem da minha casa sabe, eu acho também que... é gostoso, compartilhar né, isso, com as pessoas.

- Tá bom, tá ótimo, muito obrigada, Lia.

Entrevista com: Deise – Morador 2
Bairro: Higienópolis, São Paulo

- Quantas pessoas moram aqui hoje, Deise?
- Hoje moramos o casal e uma... funcionária. Mas a casa, é um apartamento grande porque tinha os meus filhos que moravam aqui, né.
- Sei, e qual é a idade e a profissão de vocês?
- A minha idade é 58, eu sou advogada, e meu marido tem 72, hoje ele é político, mas a formação dele é engenheiro.
- E a residência é de vocês? É própria?
- É, é.
- E a quanto tempo vocês moram aqui?
- 17 anos.
- E porque vocês decidiram se mudar para esse apartamento e bairro da cidade?
- Eu sempre gostei de Higienópolis, sempre morei aqui. A gente morava em Perdizes e aí... nós... encontrei esse apartamento ainda em construção, comprei, e adequiei, estavam ainda acabando e então eu fiz os acabamentos finais, reformei, diminuí a cozinha que era grande, fiz uma sala de almoço maior, eram quatro suítes, eu deixei três, e a quarta suíte eu transformei numa biblioteca que tá lá dentro que você não viu, e... e agora os meus filhos saíram de casa então estamos só o casal.
- Você está satisfeita aqui hoje?
- Adoro.
- E qual é a metragem do apartamento, você sabe?
- 320 útil, 680 total.
- E você estava me dizendo que... eu gostaria de saber o seguinte, são três suítes, eram...
- Eram quatro, hoje continua a quarta, porque eu não desfiz nem o closet nem o banheiro, você vai ver. Então se amanhã eu for vender, são quatro suítes. A única coisa é que eu tirei uma porta que definia o estar e o íntimo, botei essa porta pra trás e essa quarta suíte ficou como pertencente ao estar, `a sala de convivência, não `a parte íntima da casa. Eu mantive o banheiro, mantive o closet... pra inclusive não desvalorizar, porque tem gente inclusive que procura quatro suítes. O pessoal aqui no prédio, já fez disso aqui uma sala só, quebraram, ficou lindo, é o triplo do tamanho...
- Então aqui, eu percebi que ali é um bar...
- É um bar, a gente chama de bar, tem a coleção minha de antiguidades, que eu tenho nas estantes, e a lareira, que é uma lareira que a gente usa... é elétrica, mas ela aquece bem...
- É, eu sei, mas só para constar aqui na entrevista, tem ainda uma sala de jantar, uma de estar, uma sala de...
- Sala de almoço, hoje em dia a gente faz todas as refeições lá, a não ser quanto eu faço um jantar aqui.
- Tá. Reforma foi só essa inicial que você tava me contando, né?
- Só. Depois só troquei papel de parede das crianças, quando eles mudaram de criança para adolescente, e depois também quando eles saíram, eu também mexi pouca coisa.
- Tá, e... como que vocês usam a casa hoje em dia? Quais espaços vocês usam mais...

- Meu marido, usa muito isso aqui, ele faz muita reunião aqui em casa, ele usa muito esse ambiente aqui que a gente chama de ambiente do piano. Eu uso muito porque eu faço aula de piano, meu marido também toca todo dia um pouquinho, a gente voltou a estudar piano.
- Que gostoso.
- É. Eu tenho uma professora que vem toda quinta-feira, e eu uso bastante aqui. Aquele cantinho lá quem usa muito é o André, meu enteado, que não mora aqui. Ele vem muito porque ele diz que esse espaço pra meditar é o melhor que ele já viu na vida. Diz que tem um astral, esse espaço, então ele vem duas vezes por semana meditar naquela salinha ali. Então a gente fecha a porta, fecha a cortina, fica aquele... ele diz que é... tem alguma coisa lá que ele não definiu. Essa sala aqui [sala de jantar], antigamente, até dois anos atrás eu fazia toda quinta-feira um jantar de família, quando meu marido ainda tava em Brasília. Ele chegava quinta-feira, juntava s filhos, tal, aí passei a fazer de quinze em quinze dias, aí passei a fazer uma vez por mês. Aí meu marido voltou, tá em São Paulo faz três anos, desde 2007, esse seria o quarto ano, aí, a minha filha foi embora pra Londres, e começou a ter umas confusões na família, o Marcos que casou com uma moça que a gente não gosta, entendeu? Então essas coisas inviabilizaram ultimamente os jantares em família mensais. Então quando tem aniversário, o outro dia teve aniversário da minha neta, então teve jantar aqui, quando tem aniversário do Arthur, alguma comemoração a gente faz nessa sala, mas no dia dia essa sala não é usada, o resto da casa praticamente é.
- E a biblioteca...
- A biblioteca é muito usada. Meu marido fica lá direto. Porque ela é uma biblioteca e uma sala de TV também, ela é multiuso, porque também tem um sofá-cama... entendeu? Mas ela é mais usada mesmo, porque meu marido tem o computador lá... é mais usada por ele. Ele acorda de manhã, a primeira coisa que ele faz ele vai lá, liga a TV, fica no computador, e é onde tem todos os nossos livros, e tal.
- Eu e ele nunca ficamos aqui [sala de visitas/piano], a não ser que tenha gente. Ou eu fico no meu quarto, que eu adoro, ou eu tenho o meu espaço ali que você vai ver, que é o... entre os quartos, tem um estarzinho que eu gosto de ficar lá... no meu quarto, ou então no quarto do meu filho que ele foi embora e agora eu fiz um quarto meio... pra mim... minhas netas ficam... entendeu? Cê vai ver depois como é que é.
- Tá, e... onde vocês costumam receber visitas então...
- É aqui. Na sala inteira.
- E você arruma a casa, ou parte dela pra receber visitas?
- Não, minha casa é tão pronta, entendeu, não tem que arrumar nada. Quando eu vou receber pra um jantar maior a minha funcionária tá tão treinada, ela tá há muitos anos, que ela sabe tudo onde tá, ela ajuda a pegar, o que fazer... então eu não tenho muito esse trabalho. Se eu tivesse, provavelmente eu não teria muita disposição...
- Deise, agora eu vou te fazer uma pergunta que você pode responder como quiser, e se quiser, enfim: Você se considera uma pessoa da elite? Ou de algum tipo de elite?
- Olha, eu acho que a gente é uma elite privilegiada sim, porque... se você for comparar o nosso estilo de vida com a grande maioria da população brasileira, claro que a gente é elite. Mas a gente não age, como prepotência, com nada, a gente tem uma vida simples, meus filhos nunca falam quem é o pai... entendeu? A gente sempre tentou passar pras crianças uma escala de valores assim, totalmente, contrária a qualquer tipo de ostentação, de arrogância, essas coisas,

que a gente acha horrível. Esse tipo de gente que fala: “cê sabe com quem você tá falando?!”, entendeu? “meu pai é isso, meu pai é aquilo”, agora, que a gente é elite, não tem dúvida. Né, queira ou não, num país desse, é, não elite de dinheiro, a gente tem valores, e a gente tem cultura, que a gente passa pra eles, a gente... viaja muito, as crianças viajaram com a gente muito... eles estudaram línguas, todos eles falam, moraram fora... então é isso... a Paula fez balé, balé clássico.

- E você acha importante decorar a casa, Deise?
- Eu acho, eu acho.
- Porquê?
- Porque a casa é o teu ninho, é onde você passa... a hora que você tá triste, querendo um pouco de acolhimento, tal, é na tua casa que você fica. Eu adoro a minha casa, eu não gosto de sair, por mim eu ficava aqui direto... porque cada canto tem uma estória, entendeu? Nada aqui é gratuito. Nada aqui eu pus porque vale muito, ou porque to querendo exibir, ou porque... nada disso, muito pelo contrário. Não gosto nada de coisa de moda...
- E tem algum cômodo, ou lugar da casa que você acha que você cuida mais da decoração?
- Não. O meu quarto... eu gosto muito de deixar ele bem clarinho... bem suave... porque eu acho que é um lugar de relaxamento, tal, então o meu quarto ele é azul clarinho, ele é todo branco e azul, então é um estilo totalmente diferente daqui, ele é todo mais... mais Provance, mais clarinho. E aqui cê vê, minha casa é toda em estilo francês, né, uma coisa mais clássica...
- E quem fez a decoração?
- Eu. Fui eu. Eu trabalhei como decoradora algum tempo, e eu tenho cursos né, de decoração, fiz dois, três, fiz curso de paisagismo... Eu sou advogada de formação, mas eu fiz curso de decoração de interiores, um ano numa escola chamada ESPAD, na Pamplona, não existe mais faz muitos anos, depois eu fiz um curso de paisagismo, depois eu fiz um curso de mobiliário brasileiro, depois eu fiz um curso de... história da arte, uma série de coisas ligadas à decoração.
- Legal. E quando você vai comprar alguma coisa pra sua casa, o que que te orienta, assim, é...
- Ah, o meu olho. Bati o olho, gostei, tá, vamos levar. Depois que você fica mais velha, você sabe exatamente o que você gosta, o que te dá prazer, o que te irrita, entendeu, então, fica mais fácil, você bate o olho e você sabe, então eu tenho muitas dúvidas com relação a muitas coisas mas a minha casa, eu sei exatamente o que eu quero aqui e o que eu não quero. Mas isso eu acho que isso advém da maturidade também, não é nem o... a personalidade, eu acho que é mais a maturidade, quando você já sabe quem você é, já se conhece, sabe o que você gosta, o que você não gosta...
- Uma coisa de identidade...
- De identidade.
- E com que frequência você troca a decoração? Ou...
- Eu sou muito conservadora. Eu troco assim, sofá, tecido de sofá, troquei esse tapete há pouco tempo que tinha um mais escuro... aquele móvel branco, aquele *recamier* lá eu também troquei... ele era listado branco e preto... que mais, quadros eu não troquei nenhum desde que eu estou aqui porque eu gosto deles e gosto da disposição... no meu quarto eu já troquei papel de parede, no quarto das crianças... essa sala [de jantar] eu nunca mexi, do jeito que eu coloquei ela ficou porque eu gosto dela assim meio solene... meio... com essa cara meio de... casa de... de vó... inclusive esse móvel é da minha vó, essa cristaleira era da minha mãe, então tem história aí, né. Essa mesa de jacarandá da Bahia eu

comprei num lixão ali na [Av.] São João, restaurei, mas na época eu ainda morava num outro apartamento. E... ela vem comigo, eu vou carregando, entendeu, as coisas...

- Você lê essas revistas de decoração de interiores?
- Todas.
- Ah sim, eu ia te perguntar quais...
- Eu assino a Casa Claudia, a Casa Vogue, a Viver Bem eu não gosto mais, mas a Casa Claudia eu assino há anos, a Casa Vogue eu também assino há anos, e agora a Casa & Jardim tá muito boa. Fora isso eu compro muita revista importada, as americanas, as francesas...
- Você é capaz de reconhecer as lojas, ou as marcas, ou os designers dos móveis ou objetos? Por exemplo, se você vai na casa de alguém você sabe reconhecer uma peça pelo artista, ou a época, estilo...
- Sei. Sei mas por causa da minha formação, porque eu estudei. Quando eu entro numa casa eu sei exatamente o estilo que ela tem... o tipo de pessoa que mora, né, eu posso entrar numa casa sem saber de quem é, mas eu posso dizer se é de uma pessoa jovem, de uma pessoa de vanguarda, se é uma pessoa mais alternativa, conservadora, mais clássica, entendeu, pela casa cê... cê não precisa conhecer a pessoa, cê entra na casa...
- Mas então essa coisa de reconhecer os móveis, os estilos, você acha que foi pela sua formação?
- Ah, vivência, viagens também, né. De viajar muito, de frequentar muita casa, e muita gente, de... de tudo, um pouco de cada coisa.
- Você frequenta leilões?
- Já frequentei. Hoje em dia não mais, porque eu já não tenho lugar pra por nada... não quero substituir nada... to em outra fase de vida, mas na época, até uns vinte anos atrás, eu tinha uns quarenta anos, eu ia, hoje em dia não.
- E os seus móveis aonde que você comprou? Você tem móveis herdados?
- Tenho. Tenho como eu te falei, da minha vó, da minha mãe, do meu sogro, aquele relógio também é do meu sogro, tem muita coisa de coleção que também é de família... coisa que eu comprei em antiquário, os tapetes são todos persas, né, que eu fui comprando, porque eu também trabalhava com decoração, saía tudo por um preço muito mais acessível. Os quadros, por exemplo, esse Caribé, aquele Ademir Martins, esse Volpi aqui... esses quadros, em geral, eu comprei em leilão, ou comprei direto da galeria, tudo eu fui comprando, durante a vida, é um acervo, né, cê vai comprando e colecionando coisas, por exemplo, essa bandeja era da minha mãe...
- Você saberia dizer qual é o estilo dos seus móveis?
- Aqui na sala é francês. É mais no estilo francês, só que, é uma coisa meio misturada, né, isso aqui não é francês, esse estilo aqui [sofá] é inglês, isso é o *chester field*, que é inglês... aqui ali é um *recamier* francês, aquilo lá é um móvel brasileiro, manoelino, o que mais, aquele sofá branco lá eu mandei fazer, isso aqui [abajur] eu comprei em Nova York, é um Tiffany's legítimo...
- Só mais duas perguntinhas, Deise: O que você mais valoriza no seu ambiente de moradia: clareza; praticidade; harmonia e conforto;
- Não pode ser tudo?
- Assim, três principais...
- Ai, nossa, porque é tudo. Segurança, limpeza, sou super chata com limpeza, silêncio, sobriedade e descrição, amplitude, harmonia, clareza, praticidade... tudo, querida! Não dá pra escolher um, três, ai meu deus... bom, harmonia e conforto eu acho importantíssimo, talvez clareza... ah, não sei, você escolhe.

- Tá, tudo bem, não tem problema. Em algumas palavras, o que a sua casa significa pra você? Qual a importância da sua casa?
- Ah, a minha casa é tudo. Fora minha família que é tudo mais importante, fora... os amigos que eu tenho... agora eu fico pensando: O que que adiantaria ter a família que eu tenho, ter os amigos que eu tenho, se eu não tenho a minha casa pra receber. Entendeu? Então tudo faz parte, tá tudo junto... a casa é importante, a família, mais importante de que tudo, os amigos que a gente tem que eu adoro, então se você for ver... tem que ter tudo. Não dá pra você falar, eu viveria com isso, eu viveria sem isso.
- Mas então é isso, Deise. Muito obrigada.

- Então a senhora mora aqui há quanto tempo, dona Ana Helena?
- No Brooklin eu moro há quase trinta anos. Mas aqui no apartamento eu moro há três. Eu morei vinte e cinco na Rua Luisiânia, que era casa. Depois eu resolvi vim pro apartamento.
- E aqui hoje, quem mora?
- Moro eu e uma empregada.
- Esse apartamento é próprio ou é alugado?
- É próprio.
- Qual é a idade da senhora e da empregada?
- Ela tem sessenta e cinco, e eu tenho oitenta e quatro.
- Tá. É...
- E ela chama Maria.
- Tá, uhum. Qual o nível de escolaridade da senhora?
- Eu fiz até o segundo grau.
- Completo?
- Completo. E depois eu fiz Inglês, Francês, é...
- Curso...
- Suplementar, né.
- Uhum. E qual a profissão da senhora?
- Eu não fiz faculdade. Eu não... profissão o que eu faço é monitoria no Museu, né, da Casa Brasileira, e...
- Isso há quanto tempo?
- Ah eu estou lá... há dezoito.
- E antes do Museu a senhora exercia alguma atividade?
- Não, não trabalhava. Era dona de casa.
- Então hoje a senhora trabalha no Museu da Casa Brasileira.
- É. Exato.
- Como...
- Monitora.
- Daquela parte...
- Educativa.
- Uhum. Agora mais aqui sobre o apartamento, como é, quantos cômodos são...
- Ah, são... dois quartos, dois banheiros, duas salas, e cozinha. Ah, e área de serviço, né, e garagem.
- A senhora não sabe quantos metros quadrados tem, sabe?
- Ah isso cê me pegou. Não faço a menor idéia.
- Não tem problema. E... a senhora disse que já morava aqui né, no Brooklin...
- No Brooklin. Antes, eu morei no Jardim Paulista, quanto solteira morei vinte anos, e quando eu me casei morei também doze anos.
- Sempre no Jardim Paulista?
- É.
- E porque que a senhora saiu do Jardim Paulista pro Brooklin?
- Porque lá no Jardim Paulista pro Brooklin, quando meu pai... faleceu, eu, eu vim pro Brooklin. Eu e minha irmã vendemos a casa e eu comprei a casa do Brooklin. Aí, quando os meninos cresceram eu fui morar no Jardim Paulista de volta, num apartamento, aí eu vendi o apartamento e voltei pro Brooklin. Mas eu nasci em Higienópolis, na Rua Veiga Filho.
- E em Higienópolis era casa ou apartamento?

- Em Higienópolis era casa, lá naquele tempo não tinha apartamento, era em mil novecentos e vinte e cinco. Eram casas, era uma casa de esquina.
- Então vamos lá, de Higienópolis a senhora foi pra qual bairro?
- Pro Brooklin.
- E porquê, se é um bairro, principalmente naquela época, mais afastado, longe de Higienópolis...
- Ah porque foi lá que eu achei a casa que me convinha. E era uma casa que tinha três quartos, eu tinha três filhos...
- Entendi. E hoje a senhora está satisfeita morando aqui?
- Ah tô, adoro morar aqui. Tô sossegadinha aqui [risos].
- A senhora chegou a fazer alguma reforma aqui?
- Não, não. Com a graça de Deus nada, só dei uma pintada, naturalmente, quando eu vim pra cá. Mas eu não... não fiz nada de extraordinário, não pretendo fazer tão cedo.
- É, a próxima pergunta era essa, se tem algo que a senhora pretende mudar...
- Não, não pretendo.
- E dona Ana Maria, como que a senhora usa a casa ao longo do dia?
- Olha no momento eu uso pouco, relativamente. Porque durante a semana eu vou ao Museu do meio dia `as seis.
- Então a senhora acorda...
- Acordo... quando tem alguma coisa que fazer, porque como eu só posso fazer as coisas de manhã, eu procuro fazer as coisas que eu preciso de verdade na segunda-feira. Então eu... vou no banco na segunda-feira, pago conta na segunda-feira, eu vou ao médico na segunda-feira, vou ao dentista, o que cê precisa de urgente e que você sabe que vai demorar, eu procuro fazer na segunda-feira.
- Que é o dia que o museu está fechado?
- Que segundas-feiras ele não abre. Então eu trabalho na realidade de terça, a sábado.
- Então a senhora usa a casa mais de manhã e a noite?
- Isso.
- E a noite aonde a senhora fica?
- Ah lá na salinha, assistindo televisão.
- É o lugar da casa que a senhora mais fica?
- É, lá eu fico mais.
- A senhora costuma receber visitas?
- Eu recebo visitas assim, por exemplo, quando... eu convido, ou então uma pessoa que tá chegando de fora, uma coisa assim, ou... mais assim diariamente não, porque primeiro filho trabalha a semana inteira, então durante a semana não existe filho. Agora sábado e domingo eles aparecem. E em geral eu almoço assim na casa de um filho, sábado, ou...
- E quando a senhora recebe visitas aonde na casa...
- É, nessa sala.
- E a senhora arruma a casa pra receber as visitas?
- Não, tem umas plantinhas que de vez em quando eu ponho se vem visitas...
- Uhum. Bom então agora eu vou fazer umas perguntas mais sobre a coisa da decoração, é... a senhora acha importante decorar a casa?
- Ah, eu acho. Decorar, quer dizer, você por as coisas que você gosta, que você tem vontade, tem prazer, gosta.
- Como assim gosta e tem prazer?

- `As vezes você tem uns enfeites e uns bibelôs que você gosta, ou tem uma estória, uma pessoa que você gosta, que você tem intimidade, que... então você tem prazer em ter aquela coisa, você lembra, `as vezes da pessoa.
- E tem cômodos da casa que a senhora cuida mais da decoração que outros?
- Não, não tem.
- E quem cuidou da decoração daqui foi a senhora?
- Ah, foi, foi.
- E como que a senhora fez pra escolher esses moveis, a senhora já vem trazendo eles... ou foi herança...
- Não, tudo... esses quadros eu ganhei da minha sogra que eles representam o *Bois de Boulogne*, Paris. E esse contador, a origem dele é do século XVII, agora, eu não posso garantir pra você que esse seja do século XVII porque eu ganhei de herança de um tio meu, lá do Rio de Janeiro. Eu sei que ele é de Jacarandá.
- E essa mesa de jantar?
- Essa mesa... o meu marido era vivo quando nós fizemos essa mesa.
- Foi mandada fazer então?
- Não, foi comprada pronta.
- A senhora lembra em qual loja?
- Olha essa mesa era de uma loja que não existe mais. Ela era na Av. Brasil esquina com a Nove de Julho, chamava Ime.
- Então os móveis da senhora foram vindo...
- Foram. Cada um de uma época. Essas cadeiras por exemplo [cadeiras Luís XV na sala] elas são bem antigas. No tempo que a minha mãe, que eu era criança, a minha mãe... na casa que nós morávamos usava... ela tinha uma sala de visitas bem antiga, que tinha um piano, o banco do piano também era dourado como essas, e aí tinha um sofá dourado.
- Mas não era todo mundo, mesmo antigamente, que tinha assim esse tipo de móveis em casa...
- Não, não era todo mundo. Mas quem nasceu numa casa como a que eu nasci, ela era muito grande, tinha cinco quartos, então, ela era uma casa que ela tinha... sala de jantar, uma sala de verão, ao lado dela tinha essa sala menor um pouco que era a sala do piano. Depois tinha o escritório do meu pai, porque naquele tempo usava muito fazer aquelas casas estilo francês, que acho que ainda tem na avenida Higienópolis, então a casa era desse gênero. E o hall, a sala que a gente ficava era uma geladeira porque era aquele mármore preto e branco, então no inverno, era uma coisa horrorosa, então tinha que por aquecedor porque ninguém agüentava, e... quando ia jantar carregava o aquecedor pra sala de jantar [risos].
- Tem alguma coisa daquela casa que a senhora sente falta?
- Não... eu, engraçado, eu tenho um temperamento muito assim, o que é meu, eu gosto, agora, quando deixa de ser meu, eu não ligo.
- A senhora sente falta de morar em lugares maiores? Pelo visto a senhora já morou em casas bem mais espaçosas...
- Já, não, não sinto... não... eu me sinto muito bem, não tô apertada.
- Qual era a profissão do pai da senhora?
- O meu pai era advogado, professor primeiro, foi professor da Faculdade de Direito do Largo São Francisco a vida inteira, foi diretor da Faculdade, e era professor de Economia Política e Ciências das Finanças. Depois ele foi também diretor de banco... do Mercantil de São Paulo, até quando existiu, aliás, até ele falecer, o banco fechou depois, o que mais ele foi, ah, uma época ele foi

Governador de São Paulo durante um ano e meio na presidência do Getúlio Vargas, e... que mais...

- A senhora se considera, ou pelo menos acha que foi parte da elite paulistana?
- Ah sim, acredito que sim, porque por exemplo, meu avô Rodrigues Alves foi Presidente da República, que era o pai da minha mãe. Ela era uma das filhas dele, lá de Guaratinguetá. No dia que você for ao museu de Guaratinguetá era a casa que a minha mãe nasceu. O museu, né, de Guaratinguetá.
- E o que a senhora acha dessa idéia de pertencer a uma elite, assim, como que era isso...
- Bom, eu era criança, né. Então pra mim, era um... primeiro lugar eu achava muito natural... quer dizer, o meu meio... o ambiente meu era... como eu nasci naquele ambiente eu não sentia diferença nenhuma, porque eu não... eu não achava nada de extraordinário, eu achava natural ter nascido... não achava diferença nenhuma, minha casa, pra mim... criança, não tinha muita diferença de... aí depois cê estudava em escola que todas as meninas a maioria, a maioria, não digo todas, mas a maioria da mesma... relacionamento, namorava...
- O que mais marcou pra senhora desse período?
- Eu acho que... a elite antigamente era mais uma tradição familiar, né, mais a família eram pessoas tradicionais, da elite né, que nasceram... paulistas... ou então pessoas que vem da indústria, ou então do comércio, fazendeiros da época do café. Hoje em dia... a elite é mais uma elite digamos assim industrial, uma elite que está vindo, que está se fazendo, então é uma elite que digamos assim tem classe B, C, que tá na elite hoje em dia.
- Então, e como que muda o comportamento, de uma elite do tipo de onde a senhora veio, com uma elite que a senhora vê hoje?
- Olha, a que eu vejo hoje eu acho que é uma elite mais, digamos... financeira. Toca o poder do dinheiro. Porque se ela tem dinheiro ela tem poder aquisitivo pra fazer as coisas que ela quer. Agora a elite de antigamente tinha muita gente que se dizia, era, é da elite, não sei quê, agora, financeiramente? Tinha muita gente que não tinha dinheiro. Com a crise de mil novecentos e vinte e nove tem gente que foi pro bebelê e que era fazendeiro... que era...
- E a senhora acha que por exemplo a mãe da senhora se preocupava com decoração da casa?
- Preocupava, preocupava mesmo.
- E porque será?
- Porque ela não podia ver um... bom, se tivesse um... qualquer coisa na cortina por exemplo ela tirava imediatamente. Mandava lavar, mandava arrumar, é... pra ela era importante porque ela foi a vida inteira criada num meio até além de... de ser da classe social da elite, ela tinha aquela parte toda da vida dela da juventude, nem infância, da juventude dela, das irmãs e irmãos, todos passada com o meu avô Presidente da República, apesar de eles todos estarem no colégio interno e os meninos no colégio militar. Então é... não tinha filho dentro de palácio pra correr, porque eram bastante, eram sete, né. Então não dá pra... mas ela... eles tinham uma tradição, a gente que era criança, quando eu cresci eu era íntima da minha tia, mas quando eu era criança, eu sentia uma diferença, de... de postura. Não todos os meus tios, mas eles eram muito mais... como se diz... não é orgulhosos, mas eles tinham uma postura mais séria, mais assim... imperial, digamos.
- Mudando um pouco o rumo da conversa dona Ana Helena, em algum momento a senhora já leu, ou lê, essas revistas de decoração de interiores?
- Olha, eu não compro essas revistas, eu vou ser sincera, eu vejo em consultório médico, em dentista... [risos]

- Agora, do mesmo modo como a senhora soube me dizer que essa sua cadeira é uma Luís XV, a senhora é capaz de reconhecer os nomes de outros móveis?
- Depende dos móveis, né, esse contador aqui por exemplo é um contador do século XVII e ele é um estilo mourisco, né, mais espanhol, não é um... ah, tem muita mistura de árabe junto, né, por aí... mas tem alguns estilos que a gente... os mais assim, por exemplo barroco eu conheço, que mais... o *art nouveau*, *art déco*, também dá pra reconhecer.
- E como que a senhora aprendeu a reconhecer?
- No Museu [risos]. A gente também de vez em quando pega uns livrinhos, dá uma lida...
- Tem alguma coisa que a senhora sente falta e gostaria de comprar, de ter na casa da senhora?
- No momento não, meu bem. Não tem nada assim de extraordinário.
- E tem algum móvel ou objeto que a senhora mais gosta, tem um carinho especial?
- Eu gosto muito daqueles quadros.
- Porquê?
- Não sei, acho bonito. Também foram da minha sogra, meu marido também gostava muito deles. Foram os irmãos dela que trouxeram uma vez pro marido, o meu sogro, da França. Que eles moravam lá, e trouxeram de presente pra ela, que eles eram comissários de café...
- Eles eram o quê?
- Comissários de café, eles exportavam, vendiam café pra França, né.
- Sei. Agora está terminando dona Ana Helena, só mais duas perguntas: o que a senhora mais valoriza num ambiente de moradia, vou citar alguns itens: claridade; praticidade; harmonia e conforto; amplitude e espaço; sobriedade e discrição; silêncio e calma; limpeza; segurança, ou algum outro?
- Ah, eu acho que harmonia... conforto, segurança, [risos] são os principais, né?
- Em algumas palavras, o que a casa da senhora significa? Qual é a importância da sua casa?
- Ah, eu acho que casa, nossa casa é a segurança, é o... conforto, é a segurança psicológica, física...
- Como assim segurança psicológica?
- É por exemplo, é você ter o seu espaço. O seu canto. A sua morada, você chega na sua casa você está na sua casa. É a sua casa que você mora, você faz dela gato e sapato. [risos] Eu acho que é a liberdade, é a sua liberdade.
- Tá bom, muito obrigada dona Ana Helena.

Entrevista com: Alan – Morador 4
Bairro: Jardins, São Paulo

- Bom, Alan, quantas pessoas moram aqui nesse apartamento?
- São duas pessoas, é um casal, e uma... uma funcionária.
- Uma empregada doméstica?
- É, uma empregada doméstica.
- Que dorme?
- É, que dorme, isso.
- A residência é de vocês ou é alugada?
- É, imóvel próprio.
- Qual é a sua profissão e formação?
- Eu sou formado na vida [risos]. Eu sou ex-empresário, que há dez anos atrás vendeu o negócio, e eu sou cônsul da Guatemala, e eu faço trabalho no terceiro setor.
- E a sua esposa?
- Minha esposa também, ela faz trabalho voluntário no terceiro setor, basicamente isso. Ah, e ela também faz Reiki [técnica de terapia corporal oriental], ela tem um espaço, onde ela atende.
- E ela fez alguma faculdade?
- Não, também não.
- E a quanto tempo vocês moram aqui?
- A nove anos.
- Porquê vocês se mudaram para cá, e da onde vieram?
- Nós viemos também aqui do bairro, na Rua da Consolação, morava numa casa de vila e... e aí quando compraram toda aquela região, compraram a vila toda, né, aí eu vim buscar um imóvel que... me atendesse, né, que é a minha região, aonde eu nasci, onde eu vivi minha vida inteira, tenho muita afinidade com o bairro, né, e a gente encontrou esse imóvel, tava em construção ainda, e a gente um pouco que customizou ele ao nosso estilo de viver.
- E essa coisa de trocar, sair de uma casa e ir para um apartamento, como foi isso?
- Foi tranquilo, foi tranquilo. Não tive maiores problemas não. É que a casa que eu morava, era um apartamento no chão. Casa de vila não tem jardim, não tem piscina, tudo que a casa oferece, entendeu? A casa tinha 4 metros de largura, 20 metros de profundidade, então tinha 80 metros, mas tinha 4 pavimentos, entendeu?
- Esse apartamento aqui tem quantos quartos e qual a metragem, se você souber?
- É um apartamento de 260 metros quadrados, e tem quatro suítes. Dos quais a gente transformou... duas delas viraram a nossa suíte, um quarto, uma sala que eu tenho aparelhos de ginástica, e o outro virou escritório.
- Você se considera uma pessoa, ou parte, da elite paulistana?
- Olha... eu pra falar a verdade não faço parte de nenhuma delas. Quer dizer, não frequento nenhuma delas. Se você me disser que eu tô dentro de uma camada social que é elite, eu acho que sim... mas, é... não faz o nosso estilo estar frequentando tudo isso... as nossas amizades por aí... não tem muito a ver.
- Agora voltando um pouco pro apartamento, como é o uso dos espaços ao longo do dia, tem algum lugar que vocês usam mais, ou menos?
- Eu acho que o lugar que eu mais fico aqui é no meu escritório, né, no escritório da casa. E também eu uso bastante a sala porque eu tenho um *hobby*, eu gosto

- muito de som, e essa sala tá voltada pra esse *hobby*, que é ouvir música, me considero assim um pouco audiófilo, e... e a sala foi toda montada com forro acústico, com difusor de som, tudo, pra privilegiar esse *hobby*.
- E com relação a visitas, com que frequência vocês recebem?
 - Pouca... eu diria que duas vezes ao mês, uma coisa assim...
 - Vocês arrumam a casa pra receber visitas?
 - Não. A casa é do jeito que tá... eu acho que não é uma casa que precisa estar arrumando muito, e também não faria uma coisa diferente daquilo que eu vivo... entendeu? Não enfeitaria diferente ou...
 - E aonde da casa vocês recebem as visitas?
 - Ou aqui [na sala], ou tem um pequeno *home theater* aí do lado, a gente gosta muito de fotografia, nós somos fotógrafos amadores, então a gente faz muito assim de chamar os amigos pra ver as fotos, a gente monta o *slide show*, e ali do lado a gente serve alguma coisa, um vinho, um queijo, enquanto tá vendo foto, é bem informal, a gente conta das viagens... é um foco inclusive de atração de visitas, de amigos, cê entende?
 - Sim, claro, claro. E Alan, vocês contrataram algum decorador?
 - Contratamos.
 - Porquê?
 - Hum... porque... boa pergunta. Eu tenho uma amizade muito grande com um arquiteto. Que foi quem fez a minha casinha de vila há vinte anos atrás. E quando a gente comprou esse apartamento, ele tava em construção. E eu pedi pra ele, dar umas pinceladas, e ele sempre tem umas boas idéias, e... e a gente tem muita afinidade, ele sabe o jeito que eu vivo, que eu moro, então ele sempre ajudou a dar dicas. Então a gente faz um trabalho a quatro mãos. Eu acho que é legal porque ele conhece os lugares aonde tem, ele sabe indicar... “vai lá nessa loja, vê o que você gosta, eu acho que essa loja tem a ver com você...” né, então eu acho que fica... mais fácil.
 - E nesse processo de escolha e de decorar como foi a participação sua e da sua mulher, teve um que fez mais? Porque em geral tem essa coisa de ser uma atividade mais da mulher...
 - Não. Não, eu sou bem de colocar o nariz, o dedo, lá dentro. Tem eu muito forte.
 - Sei... e você acha importante decorar a casa? Cuidar dessa parte...
 - Eu acho que é do se sentir bem. A casa não é feita pra agradar os outros, mas sim pra acomodar a gente na casa, de um jeito harmônico, de um jeito gostoso, de um jeito que a gente use todos os espaços...
 - Então por isso de ter sido um arquiteto amigo, que conhece o jeito de vocês...
 - Sim, sim, aliás é só com ele que a gente faz qualquer coisa, é uma coisa muito natural fazer isso com ele.
 - E você acha que tem algum lugar da casa onde a decoração é mais caprichada?
 - Eu acho que a sala, foi mais cuidada, porque ela exigiu essa coisa técnica que também não tem nada a ver com o arquiteto, foi com o projetista de acústica, eu acho que é o que mais exigiu... pode não parecer mas tecnicamente, é uma sala complicada.
 - Com que frequência vocês trocam a decoração da casa?
 - Olha, essa casa sofreu uma reforma agora por conta dessa parte acústica...
 - Ah, isso é mais recente...
 - É... isso aqui ficou pronto a poucos meses, foi a primeira, fora algumas mudanças pequenas, trocamos uma mesa de centro, uma ou outra coisa, mas não foi assim significativo.
 - E você ou sua esposa lêem essas revistas de decoração de interiores?

- Olha, na realidade eu li algumas na época que tava me preparando pra mudar. Como fazia muito tempo que eu morava na casinha de vila eu tava completamente desligado desse mundo, né, então eu achei que era importante saber o que é que tava acontecendo, qual era a tendência... quais eram as lojas que eu poderia visitar... mas fora isso eu não mexo... embora o apartamento tenha saído em revista de decoração.
- Ah, é? Saiu?
- É, é... saiu.
- Em qual?
- Saiu... na KAZA com k, saiu... tem mais uma outra... Arquitetura & Construção? E depois a casa do Guarujá também, foi matéria de capa da Arquitetura & Construção também.
- E no caso das matérias desse apartamento como foi que...
- Foi pelo arquiteto. Não fui eu não [risos].
- Você é capaz de reconhecer as lojas, ou marcas, ou mesmo designers dos móveis ou objetos para a casa? Por exemplo, quando você vai na casa de algum amigo e encontra uma poltrona modelo tal...
- Olha, alguma coisa sim, mas não sou muito ligado nesse tipo de coisa, não é uma coisa que me... que me fascina, mas o que é uma cadeira Luís XV eu sei dizer, uma poltrona Charles Eames, uma coisa assim, Le Corbusier, tudo isso eu conheço.
- E porque, ou como, você tem esse conhecimento?
- Porque tudo que eu faço na minha vida eu entro fundo [risos]. Então na época que eu tô arrumando a casa eu vou, e pesquiso, e olho, mas depois eu não vou olhar mais. Agora, o que eu aprendi, eu aprendi, né, então ficou. Então eu tenho algumas coisas por exemplo, no escritório eu tenho as cadeiras Bruno, Le Corbusier... Tenho as mesas Saarinen, então essas coisas eu acabo conhecendo.
- Entendi. E aonde você comprou os seus móveis?
- Aqui tem de tudo. Esse sofá é Monte Napoleone, a mesa de centro é Interni, as poltronas são Vermeil, os pés da mesa de jantar e as cadeiras também são da Vermeil, esse banco é... Artefacto, e só.
- Você tem móveis herdados?
- Não.
- Porque...
- Minha mãe é viva [risos]. Mas o estilo dela também não bate muito com o meu. Eu sou dum estilo assim mais... clássico...
- Ah, então, essa era a próxima pergunta que eu ia te fazer: você saberia dizer qual é o estilo dos seus móveis, ou da sua casa?
- Eu não sei também... eu nem sei como é que define isso aqui... olha, eu sempre tendo a ser mais *clean*, não ter muita coisa, as coisas um pouco clássicas...
- E tem algum móvel, ou objeto que seja mais importante para você? Com algum significado especial?
- Não... objetos eu tenho naquela prateleira, são coisas de viagem, uma coleção de cerâmica pré-incaica.
- Bom, agora eu vou citar aqui alguns itens, e eu gostaria que você me dissesse três mais importantes, na sua opinião, para uma casa: claridade; praticidade; harmonia e conforto; amplitude e espaço; sobriedade e descrição; silêncio e calma; limpeza; segurança; ou algum outro?
- Bom eu acho que silêncio e calma é uma coisa importante pra mim, é... harmonia e conforto, e claridade.
- Tá, obrigada. E agora terminando, em algumas palavras, o que a sua casa significa para você? Qual a importância da sua casa?

- Meu refúgio. Qual a importância? Não sei te dizer qual a importância, mas ela é muito importante, não sei dizer exatamente qual é a palavra, mas é o... é assim, eu não sou uma pessoa, é, muito social, assim, de sair muito, né, é... então a casa é um espaço importante pra mim, sabe? É um templo, é uma coisa assim, sabe? É onde eu tenho as minhas coisas, onde eu medito, onde eu faço minha ginástica, enfim, é um bom pedaço da minha vida, é onde eu exerço um bom pedaço da minha vida.
- Tá bom, era isso Alan, muito obrigada.
- De nada.

Entrevista com: Bernardo e Natalia – Moradores 5
Bairro: Brooklin, São Paulo

- Entrevista com Bernardo e Natalia, no Brooklin. Bom, vocês vão os dois me respondendo então, pode ser?
- Pode.
- Quantas pessoas moram aqui?
- Só nós dois.
- Tem empregada doméstica?
- Ela não mora aqui, ela vem três vezes por semana.
- Tá. E o apartamento é de vocês, ou é alugado?
- É nosso.
- E qual é a profissão e o grau de escolaridade de vocês?
- Dois advogados, os dois com pós-graduação completa.
- E a idade?
- Trinta eu, e trinta e dois a Nat.
- Há quanto tempo vocês moram aqui?
- Um ano.
- E como que é o apartamento, qual é a composição dos cômodos, quantas salas, quartos?
- Três quartos, sendo que de um deles a gente fez escritório, sendo que dois são suítes, aí é... o ambiente da sala é todo integrado, tem um mezanino onde a gente fez o *home theater*, aí tem mais uma sala de jantar e a cozinha, que é aberta pra sala, e tem mais uma varanda grande, onde a gente tem mais um ambiente, que tem uma mesa de jantar, uma churrasqueira portátil, e mais uma televisão.
- E o quarto de empregada.
- Isso.
- São, são quantos banheiros? São duas suítes, mais um banheiro, e mais um lavabo, e o banheiro de empregada.
- Tem closet em algum quarto?
- No nosso tem.
- E vocês saberiam me dizer qual é a área útil, a metragem, do apartamento?
- 164 metros.
- Bom, essa pergunta vocês respondem como quiserem e se quiserem: Vocês se consideram parte da elite? Ou de alguma elite?
- Sim.
- Você pode me explicar um pouco mais?
- Bom, é... vamos dizer... pela... não só social, como também intelectual. Os dois tem pós-graduação, tem... acesso `a informação, a gente viaja pro exterior, é... a gente sai pra jantar em restaurantes, temos carros novos, é... então vamos dizer, a parte material, a gente dispõem de coisas que eu considero que a elite dispõem. Além disso a gente tem alguns hábitos, que eu considero, não sou sociólogo, mas... a gente tem hábitos que eu considero que a elite também tem, que é viajar para o exterior...
- Mas a gente não tem helicóptero, avião, [risos] depende do grau de elite.
- Mas considerando o Brasil, vai, classe A, B, e C, daí a gente se considera classe A, dentro do Brasil. Obviamente que, estamos começando a vida, né, quer dizer, aquelas estatísticas de não sei quanto dinheiro aplicado... obviamente não...

- Mas vocês têm um certo padrão de consumo...
- **Padrão de consumo... exatamente, e também de acesso `a informação, né.**
- Porque vocês decidiram se mudar pra esse apartamento e bairro da cidade?
- A gente tava procurando apartamento que fosse próximo ao escritório do Bernardo, que é no Itaim Bibi, na [Rua] Leopoldo e... não sei, eu sempre morei no Morumbi, então pra mim aqui era fácil, eu tô pro mesmo lado, só que do outro lado do Rio, que é melhor ainda... não sei, a gente começou a procurar e tinha vários aqui no Brooklin...
- **Os critérios então.... agradou aos dois pela localização, acho que a prioridade em termos de perto do trabalho então era minha.... então vamos dizer, perto do trabalho temos esses bairros, e aí fomos olhando opções dentro desses bairros, e aí... dentro de cada bairro tinha um determinado padrão que a gente queria, qual que era o padrão: vista, vista no seguinte sentido, não ter apartamento na frente, assim colado, era uma coisa que eu queria, e uma varanda grande. E a gente queria um prédio razoavelmente grande, pra ter vaga na garagem, então esse aqui atendeu os padrões. Então eu até posso contar a estória. [Esse apartamento] não era o apartamento que a gente queria comprar, porque ele era mais caro do que a gente queria pagar, só que... o outro também, era aqui do lado, no Brooklin, novinho, tava em obra, só que aí não deu certo, era menor, tinha... 110 metros, era bem menor que esse. Aí deu errado, aí a gente resolveu fazer uma dívida [risos]. Esse era o que a gente tinha mais gostado, só que ele tava meio fora do padrão.**
- E vocês hoje estão satisfeitos aqui?
- **Muito.**
- Vocês fizeram alguma reforma? Vocês são os primeiros moradores?
- **Somos. Assim, a única coisa que a gente mudou acho que da estrutura mais assim, é que a gente juntou um lavabo que tinha aqui perto da sala com o banheiro do nosso quarto e aumentou o closet, porque a gente tem um mezanino e tem um lavabo lá em cima. O resto foi mais decoração, um revestimento na parede, o corrimão era pro lado de cá, a gente pôs ele na parede...**
- E como vocês aproveitam, usam, os espaços da casa ao longo do dia? Em que lugares vocês costuma receber as visitas, em que lugar vocês dois ficam mais tempo juntos?
- **Bom, a gente trabalha o dia inteiro os dois, até bem tarde, geralmente, então a gente não fica muito em casa, a gente aproveita muito mais nos finais de semana, mesmo, durante a semana a gente janta, e assiste uma televisão, aí se tá quente a gente assiste na varanda, se tá mais frio a gente assiste lá em cima no mezanino, também a gente, a televisão da varanda ela vira como você pode ver, então muitas vezes a gente tá jantando, a gente tá com a televisão ligada, que é raro, né?, não é sempre que a gente janta com a TV.**
- **Não, é, geralmente a gente janta aqui [mesa da sala de jantar interna], `as vezes lá fora, mas lá fora menos. E o momento que a gente se encontra durante o dia é de manhã, antes de sair pro trabalho, a gente toma o café, juntos, a gente faz academia antes de sair pro trabalho,**
- **[Academia] no prédio?**
- **É no prédio, tem uma estrutura legal.**
- Vocês recebem visitas?
- **A gente gosta bastante de receber gente. Principalmente final de semana, a gente recebe. Eu ainda `as vezes durante a semana acontece de vir alguma amiga minha, `as vezes minha mãe, mas é mais difícil. Final de semana a gente gosta de receber.**

- E são mais amigos? Parentes?
- Amigos.
- Vocês arrumam a casa pra receber?
- Sim.
- Mais ou menos o que muda?
- Flor no vaso. Mas é basicamente isso... a casa é essa, e arruma, né?
- É. Mesmo porque a gente gosta, mesmo sem visita, tem uma certa preocupação com a casa estar em ordem.
- Porquê?
- Ah, uma sensação de conforto.
- Não, e a gente gosta de chegar em casa e ter as coisas em ordem, porque é muito mais gostoso estar tudo em ordem, limpo, arrumado.
- Ah, isso talvez seja interessante pra sua pesquisa, que é que a gente se diverte com essas coisas, tipo, natal, põem coisas de natal, pra dar uma mudada... a idéia é a gente colocar algumas coisas agora na páscoa, só pra dar uma mudada..
- E vocês acham importante decorar a casa?
- Achamos.
- Porquê?
- Eu acho que... uma preocupação nossa desde o começo, era que a casa fosse um lugar gostoso de chegar, pra você querer ficar mesmo, entendeu? Eu acho que a casa é a referencia da família, então a gente tinha a preocupação de ser um lugar que você entrasse e falasse “que gostoso estar aqui”, “quero estar em casa”, se não, você sai e não volta mais, você pensa “ai, vou ter que voltar pra casa, ai tá bagunçada, ai tá isso, tá aquilo”, então, a gente queria fazer uma coisa que a gente achasse gostoso assim de estar, sabe? Aí a gente contratou decoradora, que era uma pergunta que você tinha feito, ela que fez projeto de várias coisas mais a gente deu muito palpite na decoração, a gente gosta disso.
- Foi ela quem indicou as lojas, como foi isso das opções de compra, como foi essa negociação? Como vocês chegaram nessa decoradora?
- É uma amiga minha.
- Ah, então talvez ela já conhecesse o seu gosto...
- Acho que não... porque eu nunca tinha morado sozinha, e eu e o Bernardo a gente nunca tinha morado junto, então pra gente era novidade. A gente tinha umas coisas que a gente gostava eu e ele, umas que a gente não gostava, umas que o outro não gostava, eu acho que assim, a decoradora foi meio que crucial pra estabelecer uma planta, e os ambientes, porque o apartamento tem uma planta meio diferente né, então pra gente era muito difícil olhar e falar “ah, beleza, então aqui é uma sala, aqui é não sei quê, etc”, tipo, piso, a escada, tem muita coisa que ela deu muita sugestão, mas tinha muita coisa que a gente gostava.
- É, vamos dizer, a maioria das coisas olhando assim, foi tudo idéia nossa posta em pratica pela arquiteta. Então, esse piso eu sempre quis ter, nós que escolhemos o piso da varanda sem a ajuda dela...
- É, porque ela deu algumas sugestões, alguma coisa a gente queria mudar, a gente foi procurar outras opções no mesmo estilo, e a gente que escolheu, os sofás foi a gente que escolheu, mas assim, a opinião dela era muito importante assim, não, esse tamanho ideal de profundidade, porque a sala é estreita, ou assim, ah, esse sofá, esse modelo, tem muita personalidade, vocês vão cansar. Por exemplo a mesa, ela mostrou uma opções pra gente mas a gente foi numa loja e escolheu um modelo diferente do que elas sugeriram mas no mesmo estilo, então eu acho que elas foram importantes com muita coisa de conceito.

Porque também assim, muitas vezes o timing da decoradora não é o mesmo que o seu, a gente queria a nossa casa pronta, então a gente saía pra olhar mesa e cadeira pra sala de jantar. Mas por exemplo, elas colocaram um abajur parecido com esse, que é de prata, que foi uma coisa legal, que o Bruno não achava legal e a gente ganhou de casamento, aí o Bruno “aí, é muito rococó, não é legal”, aí elas colocaram um outro parecido com esse, aí, e ficou legal, entendeu? Então eu acho que elas tem mais essa visão, que às vezes a gente tem preconceito, entendeu?

- Ah, tem uma coisa que também acho importante pra pesquisa, que assim, antes dessa casa eu fui morar sozinho. Antes de eu morar sozinho eu não tinha idéia do mundo da decoração, né, eu não operava nesse mercado [risos], e aí então, aquilo lá foi... é... eu descobri o mundo da decoração, e me diverti muito fazendo o negócio, comecei a ver revista, porque é tipo uma arte, tem design... é interessante... é uma coisa que eu até brinco que é o meu lado feminino, assim, eu acho legal pra caramba decoração.
- Então a decoração daqui apesar de ter sido feita com a ajuda de decoradora...
- Ah não, é nossa. O gosto é nosso, muita coisa que se fosse por ela teria sido diferente, o conceito da casa, é todo nosso. São muitos toques delas, uma coisa que eu acho muito legal que elas fizeram por exemplo foi, elas vieram um dia e montaram a nossa casa, quando já tinha sofá, tudo, elas vieram e encheram de enfeites a nossa casa pra gente ver como é que a casa ficaria, pra gente escolher algumas das coisas e poder ter umas referencias pra gente poder ir comprar também. Então elas montaram os nichos, lá em cima tem vários também, é... negocio em cima da mesa, então elas disseram, separa tudo que vocês tem, deixa pra gente colocar, e elas trouxeram várias coisas de lojas diferentes, então aí foi legal porque dá um conceito pra casa, dá uma cara, você olha e fala, “ficou legal”, sabe? Assim, do que elas trouxeram, nem metade a gente ficou sabe, mas, a gente foi atrás de coisas que fosse numa mesma linha...
- E as lojas, aonde vocês compraram as coisas, os móveis, as cadeiras...
- A gente procurou a gente mesmo muitas coisa, fomos procurar no D&D [shopping], na Grabriel Monteiro da Silva [Rua da cidade de S. Paulo]...
- É, mas por exemplo, na época que a gente tava montando, a gente comprava muita revista, e lá na revista já tem a loja, né, então a gente já ah, então vamos nessa loja visitar e tal... e várias coisas a gente copiou da loja...
- Você sabe me dizer em que revistas vocês olhavam?
- Casa Claudia, Arquitetura & Construção, Casa & Jardim, basicamente essas.
- E agora que vocês já terminaram de montar o apartamento vocês continuam comprando essas revistas?
- Eu adoro.
- Eu também.
- Então às vezes eu compro, e o Bernardo acha legal. Mas eu acho muito legal, decoração.
- É... tipo a gente consideraria um evento ir na Casa Cor [feira de decoração] assim, olhar.
- A gente acha legal.
- É isso que eu tô falando assim, quando eu mudei, a primeira vez, e tive que decorar o apartamento, abriu esse horizonte de design, assim, é uma coisa legal, eu vejo como se fosse um negocio tipo de design de carro por exemplo.
- Olha, eu posso te falar que os nossos sofás são da Bretton, essa mesa de canto aqui é feita por um marceneiro mas é igual a uma da Bretton, é... o Buffet... a gente fez muita coisa com o marceneiro, e como o vidraceiro, tipo essa mesa foi feita pelo vidraceiro, essa outra também, porque o tamanho dela é o limite

- do estreito do que dá pra ser, então várias coisas foram feitas sob medida. A gente fez a cozinha com o marceneiro também.
- E vocês compraram tudo, é tudo novo, ou tem algo que vocês trazem já de outras histórias, fases da vida de vocês?
 - Olha, tem coisas que eu tinha na casa da minha mãe e que eu trouxe, mas são pequenas coisas de decoração, e tem coisas que eu trouxe dos Estados Unidos porque eu morei lá durante um ano antes de casar, mas não tem móveis, assim...
 - Mas não precisa ser grande, pode ser sei lá, um porta-retrato, lembranças de viagens...
 - Isso é uma coisa que a gente gosta. Tipo este castiçal é de uma viagem... tem uma idéia de quando ir pra algum lugar trazer alguma coisa que remeta a esse lugar... até a última vez que a gente foi viajar a gente não trouxe nada e reclamou, ah, não trouxe nada desse lugar, tal...
 - Essas feiras assim tipo Casa Cor, vocês frequentam?
 - A gente acha muito legal, mas acho que a gente nunca foi, né?
 - É...
 - Acaba que o evento acaba e a gente queria ir e não foi, sabe?
 - Mas é do interesse, a gente gostaria muito, acha legal.
 - E o que vocês mais valorizam, vou citar aqui alguns itens: claridade; praticidade; harmonia e conforto; amplitude e espaço; sobriedade e descrição; silêncio e calma; limpeza; segurança; ou algum outro?
 - Bom, eu gosto de casa clara, então a claridade, e eu acho muito importante um item que talvez você não falou mas que talvez esteja dentro de alguma coisa, que é ser aconchegante. Sabe, é ser uma coisa com a qual você se identifica, que você acha gostoso, era a coisa que eu mais queria que fosse, sabe, a gente tem a preocupação de limpeza, de as coisas estarem em ordem, não é que uma almofada não pode estar jogada, mas tem que estar tudo em ordem, sabe, pra ser gostoso.
 - E harmonia também, né, essa questão de... as coisas, sei lá, uma coisa combinar com a outra, mesmo sendo de estilo diferente... a gente se preocupa com isso também, né. E eu tava pensando aqui, praticidade é uma coisa que a gente pensa até, mas eu acho que se uma coisa fosse mais bonita do que pratica, a gente preferiria.
 - Não porque a nossa casa ela não é pratica, tipo, sala de TV tá lá em cima, o lavabo é lá em cima, a cozinha é aberta...
 - É, não é uma prioridade.
 - Tipo a gente tem que ter a cozinha em ordem, a gente recebe gente, tem que estar arrumada a cozinha, não tem como, então não é uma casa pratica, entendeu. Mas, ao mesmo tempo ela é pratica, porque ela não é grande... a gente não queria morar em casa já, a gente não queria apartamento muito grande... então tem um quê de pratico, mas assim, não era a preocupação ser pratico, entendeu.
 - Uma última pergunta pra vocês dois, é, em algumas palavras, o que a sua casa significa para você? Qual a importância da sua casa?
 - É essencial, né... é o lugar onde a gente... é... vamos dizer... passa os melhores momentos do dia, da vida... então é o lugar onde sei lá, a gente descansa, pra gente fazer coisas divertidas, e... e passar a parte boa da vida, na maior parte dos momentos bons a gente tá em casa.
 - É, acho que é bem um conceito assim de lar, mesmo, sabe, de referencia sua e você olhar e falar “eu quero voltar pra lá”
 - O seu ambiente.

- É. É o seu espaço, sabe. Tipo quando a gente viaja a gente volta, a gente, pôxa, voltamos pra casa... a gente volta feliz, a gente abre a porta e fala: legal.
- Por aí...
- E é o nosso espaço, né... é isso...
- Muito obrigada, Natalia e Bernardo.

Entrevista com: Felipe – Morador 6
Bairro: Moema, São Paulo

- Bom, Felipe, primeiro eu vou te fazer umas perguntas mais sobre os usos do espaço da casa. Quantas pessoas moram aqui e qual a idade e posição familiar?
- **Aí já começam as surpresas. Aqui, nesse apartamento moro eu, e no apartamento do lado, unido pela cozinha, mora a minha mulher. Então são dois apartamentos, separados, unidos por uma cozinha, e cada um mora em um. Então na verdade é uma casa dividida em duas, ou duas casas unidas, aí depende do...**
- Tá, e vocês tem empregada doméstica que dorme?
- **Não. Nenhuma dorme. E uma vez por semana o meu filho de quinze anos dorme aqui comigo.**
- Os apartamentos são de vocês?
- **Os dois são próprios.**
- Qual é a sua formação?
- **Eu fiz arquitetura, e acabei de terminar um MBA, na FIA.**
- E há quanto tempo você mora aqui?
- **Nesse apartamento deve estar dando... dois anos e meio, por aí.**
- Qual é a composição dos espaços aqui, quantos quartos, suítes, você sabe dizer...
- **Uma suíte, um quarto e seu banheiro que também serve como lavabo, esta sala em “L”, e a cozinha única que é dividida com o apartamento do lado. O banheiro de empregada do lado de cá foi transformado numa dispensa, e do lado de lá é o banheiro de empregada pra valer. O quarto de empregada do lado de cá virou área de passar roupa, e o quarto de empregada do lado de lá é mesmo o quarto de empregada, que pode dormir quando precisamos para dar uma festa, receber amigos, etc. Então ele tem pequenas adaptações, que se um dia quiser reverter para ser dois apartamentos novamente separados é fácil de reverter.**
- Certo. E você se mudou para cá porquê? De onde você veio?
- **Eu vim da Vila Olímpia. E... na Vila Olímpia eu fiquei mais de vinte anos. Aí casei, continuei morando na Vila Olímpia, e minha [atual] mulher aqui, nesse apartamento aqui do lado. Aí... foi passando o tempo, vamos juntar, não vamos juntar, começamos a ver uns apartamentos... aí apareceu esse aqui pra vender. Aí comprei esse aqui e reformei e desde então eu tô aqui.**
- Prático, né?
- **Prático.**
- Você está satisfeito aqui? Você tem vontade de mudar?
- **Não. Não tenho nenhuma vontade de mudar. Se houvesse condições eu procuraria um apartamento com jardim. Uma cobertura, ou um apartamento que tivesse um terraço bom com um jardim. Isso é a única coisa que me faz falta, mas fora isso tamanho, local, tá tudo ótimo.**
- E você estava me dizendo que vocês fizeram só uma pequena reforma, né...
- **É, uma grande reforma.**
- Ah, foi? E o que vocês mudaram?
- **Nesse aqui mudou tudo. Só sobrou a casca, as paredes externas. Tudo é novo, piso é novo, teto é novo, forro é novo, tudo que você tá vendo aqui é novo, essa parede aqui é nova, essa porta é nova, a cozinha é inteira nova. Era uma planta original do prédio, que é muito pior do que essa aqui, mas atente a mim, quer**

dizer, não tem o terceiro quarto, eu não preciso do terceiro quarto, virou o meu escritório aqui. Então é uma reforma que... deixou o apartamento moderno, tem ar condicionado, tem tudo. Então atende a mim, e atende a ela do lado de lá, que as reformas são idênticas, ela copiou a reforma que ela havia feito lá, há quinze anos atrás, e rebateu pra cá.

- E... bom, você mora sozinho, né?
- Não.
- É, mais ou menos (risos).
- Então, essa é a inteligência da coisa. É sozinho quando quer e não é sozinho quando não quer.
- É (risos), é que a pergunta seguinte é como é que se dá a distribuição das pessoas na casa ao longo do dia, assim, em termos de ocupação do espaço?
- Cada um é de um jeito. A minha mulher passa 90% do dia fora de casa. Eu normalmente passo as metades da manhã, ou quase a manhã inteira aqui, nesse escritório aqui, e depois eu saio. Volto... sete da noite. Então cada um tem uma rotina diferente. E de noite, normalmente ou a gente tá jantando aqui, ou no lado dela, às vezes é num lado, às vezes é no outro, ou tamos jantando fora. Às vezes algum de nós dois almoça em casa, às vezes os dois juntos almoçam em casa, então a rotina é bastante variada, não tem muita rotina, a não ser às quartas-feiras que meu filho vem dormir, e nesse dia todas as vezes a rotina é praticamente idêntica. Ele chega aqui seis e meia, sete horas, toma banho, faz um pouquinho e lição, a gente sai pra jantar fora, volta, ele dorme cedo, eu durmo cedo também, que eu levo na quinta-feira pra escola.
- E quando vocês recebem visitas? Aonde em geral da casa...
- Os aperitivos do lado de lá, e o jantar aqui. Isso já virou uma rotina. Sempre assim. Drinks e aperitivos no apartamento da Sandra, e o jantar aqui na minha mesa.
- Você acha que conforme o grau de intimidade com as visitas essa coisa muda? O receber muda?
- Não. Num tem nenhuma visita que seja muito mais íntima ou muito menos íntima, são todos amigos.
- E você arruma a casa pra receber as visitas?
- Não muito mais do que o que você tá vendo aqui.
- Com que frequência mais ou menos vocês recebem visitas?
- Uma vez por mês, talvez, tem um jantar.
- E tem algum lugar na casa aonde você gosta mais de ficar?
- É aqui onde eu tô sentado. Então se eu não tô lá no computador, tô aqui vendo uma televisão... então o lugar de estar é aqui. O quarto de dormir é só pra dormir. Não tem televisão no quarto, nenhum de nós dois, a gente vê a televisão, chega a hora de dormir, “puf”, cada um vai pro seu quarto dormir.
- Bom agora vou te fazer umas perguntas assim mais sobre a decoração mesmo da casa. Você acha importante decorar a casa? Porque você presta atenção nisso, se é que presta?
- Bom, eu sou uma pessoa ligada às artes desde a mais tenra idade. Então desde os dezoito anos que eu tenho contato com o mundo das artes plásticas, e desde essa época que eu gosto do assunto, que eu compro arte, que eu ganho arte dos amigos artistas, e... através dos anos eu fiz uma coleção de arte que agora recentemente que eu comecei a reciclar. Então muitas das minhas obras que estão aqui hoje, que você tá vendo aqui na parede hoje, são recentes. Então, esse quadrão grande aqui, vermelho é novo,
- De quem é?

- Do Dudi Maia Rosa. Aqueles desenhos da Mira Schendel são novos, porque eu reciclei. Então eu vendi coisas antigas que já estavam comigo há trinta, quarenta anos, e comprei coisas novas. Então pra mim isso é que nem oxigênio. Conviver com arte é a mesma coisa que fazer exercício físico, que almoçar, jantar,
- Porque a decoração está muito unida, misturada, com a coisa da arte, né?
- Cem por cento, cem por cento. A arquitetura, que foi feita aqui, que foi feita pela Sandra, a minha mulher, então, o tipo de arquitetura que foi feita, o tipo de, de parede disponível pra pendurar arte, tudo isso é, é interligado.
- E tem algum espaço da casa que é mais trabalhado nesse sentido que o resto da casa?
- Tudo idêntico. Todos os ambientes são igualmente privilegiados. Não existe um ambiente que não tenha cuidado arquitetônico, ou que não tenha sua obra de arte. A cozinha tem, o quarto de empregada tem, o banheiro tem, todos os espaços são igualmente privilegiados. A beleza tem que estar, aonde você está você tem beleza, harmonia do seu lado. O hall de entrada do elevador que você saiu tem arte, e tem arquitetura boa, então arquitetura, design, decoração, e arte, é tudo junto, iluminação. Tudo uma coisa só, não se separa. Na nossa visão, da Sandra e minha, você não separa uma coisa da outra.
- A próxima pergunta era se você contratou algum arquiteto ou decorador...
- A Sandra e eu.
- Então, é... você já tinha dito que ela é arquiteta...
- Ela é arquiteta.
- Quando você vai comprar alguma coisa pra sua casa, o que te orienta? O que orienta as suas escolhas?
- Coisas de arte, ou coisas de móveis e utensílios?
- Os dois, se possível.
- Orienta, o bom design, a beleza, a funcionalidade, e no caso da arte, o gosto que cê tem pela peça.
- Você troca com alguma frequência a decoração da casa?
- Não.
- Você tava dizendo que foi uma coisa recente isso da reciclagem...
- Houve essa reciclagem das obras de arte, e... realmente isso mudou a cara...
- Mas então não é ma coisa freqüente assim, vocês não acompanham a moda?
- Não, de jeito nenhum. Não existe moda aqui. Nunca houve. Moda, jamais. Nesse assunto de casa, não existe moda, existe o meu gosto e o gosto dela. Então o nosso gosto que é muito parecido, é o que tá orientando isso desde sempre. Nós jamais trocaríamos algo aqui nessas dias casas, nessa única casa, por causa da moda. Porque o João Armentano disse isso, ou porque o sei lá quem outro decorador inventou aquilo, mas em hipótese alguma.
- Você se interessa por essas revistas de decoração de interiores?
- Não.
- Porque?
- Porque... eu tenho aqui a decoração feita e eu não preciso descobrir nada de novo nas revistas. Eu me interessei sim nas revistas de artes, de artes plásticas. Mas é outra coisa. Vez por outra eu compro uma revista de artes plásticas, vou nas exposições, isso sim, mas as de decoração, não.
- Você consegue, olhando um móvel, uma peça na casa de alguém por exemplo, reconhecer o designer, ou talvez a loja?
- Com certeza, com certeza. O estilo, a época,
- E o que te faz ser capaz de reconhecer?

- Ah, conhecimento, quer dizer, como eu te falei, eu tô com 61 anos, desde os dezoito que eu faço isso. Então eu viajei muito, tenho uma biblioteca bastante grande de tudo que você possa imaginar de arte, e arquitetura, móveis, né, pra não dizer decoração... Então por exemplo, esses móveis que você tá vendo aí, essa mesa Saarinen, essas cadeiras Broiler são móveis que tão aí no mercado desde os anos trinta, quarenta. Então são desenhos absolutamente clássicos. Esse sofá que cê tá sentada é um sofá super clássico de um designer italiano, essa mesa aqui é uma reedição duma... grife dos anos 50 que se chamava Branco e Preto, e assim por diante. Essas duas cadeiras também são da Branco e Preto, então são coisas que a Sandra e eu conhecemos desde sempre, quer dizer, desde a faculdade, então você conhece isso. Quem fez os bons móveis, quem são os utensílios, tudo isso a gente conhece. Então se você vai na casa de alguém e você vê um móvel Art Déco você fala: “belo Art Déco, aonde é que você arranjou?”, “Ah, comprei no antiquário tal”, então você sabe do que se trata.
- E você tem móveis herdados?
- Tenho, essa cômoda aqui. Que eu ganhei de noivado dos meus pais nos anos 70. É a única peça assim mais... em termos de mobiliário é a única peça que eu tenho. Assim mais, digamos, peso.
- E você saberia dizer, ou acha que tem um estilo, tipo clássico, moderno, contemporâneo, a decoração da sua casa?
- Aqui? Contemporâneo.
- Quais são, dos seu móveis, objetos, os que você mais gosta? Quais são mais importantes para você?
- As artes.
- Porquê?
- Porque me falam mais ao coração.
- Eles tem alguma história?
- Todas tem história. Cada uma delas tem história.
- Me explica uma, por exemplo.
- Esse quadro aqui do Dudi, também de 75. Tá vendo lá uma esculturinha ali na estante? Branca?
- Tô, sim.
- Então, aquela esculturinha é o modelo para essa tela.
- Olha é mesmo... que bacana.
- É, então, o Dudi é um artista super amigo, nessa época dos anos 70 tinha muito contato entre os artistas, se visitavam, se freqüentavam, havia muita troca, de... de trabalho entre os artistas, eu te dou um, você me dá outro, é... então tem uma história, bastante rica, aqui nessa tela e aquela esculturinha. Basicamente eu acompanhei o artista fazendo.
- E esse [quadro] aqui?
- Esse é de um artista chamado Babinski, que também teve muito contato nessa época dos anos 70, e eu fui no Ceará há dois anos visitá-lo e comprei lá no estúdio dele no Ceará, essa tela.
- Ele é cearense, não?
- Não, ele é polonês, e mora lá no Ceará.
- Casou com uma cearense?
- Casou com uma cearense. Então cada peça que você olhar aqui tem uma história, cada uma. Algumas muito curtidas.
- E o que que você mais valoriza, Fernando, no seu ambiente de moradia? Vou te falar aqui alguns itens: claridade, praticidade, harmonia/conforto,

amplitude/espço, sobriedade/discrição, silêncio/calma, limpeza, segurança, ou algum outro?

- A única que pra mim, tem menos importância de tudo isso que você falou, é segurança. Eu não sou um cara ligado em segurança. Então tudo isso vale, que você falou, segurança eu sou desligado. Largo a porta aberta, não tenho a menor conexão com segurança, o que já não é o caso da Sandra. A Sandra é muito ligada em segurança, já foi assaltada sete vezes, agora depois do sétimo assalto só anda de carro blindado...
- Mas ela foi assaltada em casa alguma vez?
- Não, em casa não. Sete vezes na rua no carro. E aí, quando chegou o sétimo assalto, ela falou: “eu não agüento mais, eu quero carro blindado”, eu falei: “tudo bem”, “pra você tudo bem”, e pra mim eu não acredito. Não tenho, e não vou ter, e largo a porta aberta, aqui. Quantas e quantas noites a empregada chega de manhã e diz: “Seu Fernando, o senhor deixou a porta aberta?”, e eu: “ah, provavelmente deixei, esqueci”. Quer dizer, eu não tô nem aí, realmente eu não acredito, em segurança.
- E assim, de uma forma mais filosófica, digamos: o que que a sua casa significa pra você? Qual a importância da sua casa pra você?
- É um porto seguro, prático, muito prático, do jeito que tá hoje. Eu já tive uma casa que era o oposto disso. Durante quase vinte anos eu morei numa casa um estúdio, casa, jardim, era um sítio. Era o oposto disso que você tá vendo aqui, porque era enorme, tinha jardineiro, tinha... era um complexo. Era um sítio, tinha árvore frutífera, tinha cachorro, tinha o diabo a quatro. Hoje em dia... era muito gostoso de morar, mas era um assunto que exigia, assim digamos, um empenho e uma dedicação que esse apartamento não exige. Então hoje em dia esse apartamento é o meu canto seguro, tranquilo, e prático. Saímos, bate a porta, viaja, não precisa se preocupar com nada. Volta, tá tudo funcionando, não tem nada quebrado...
- E você gosta de estar em casa?
- Gosto, gosto, claro.
- Essa idéia de casa, assim, como que ela é pra você?
- Em que sentido?
- Nessa coisa de ser um... um centro pra onde você vai no final do dia...
- Fundamental. Sem isso, sem uma casa, eu não sobrevivo. Quer dizer, eu jamais seria um nômade, que dorme hoje na casa de um amigo, no dia seguinte tá na casa da mãe, no terceiro dia tá numa cidade não sei aonde, no quarto dia... isso pra mim não funciona. Então casa, pra mim, é o, a, absoluta necessidade que seja bonita, bem arrumada, e que esteja em ordem, e que esteja tudo funcionando, e que a roupa de cama tá em ordem, e que minha roupa de vestir tá em ordem, essa é a minha casa, tem que estar tudo nos trinquês.
- Tá bom, era isso, Felipe, muito obrigada.

- Quantas pessoas moram aqui, Heloisa, e qual a relação familiar?
- Aqui hoje quem mora, é o casal, e duas empregadas. Aliás, são três, é, é uma empregada com a filha, que moram aqui já faz mas de dez anos, e mais outra empregada.
- A casa é de vocês? É própria?
- É.
- Qual a formação de vocês?
- Eu não fiz faculdade, é... até o clássico, daquela época, né, ensino superior, depois eu só... não fiz a faculdade, casei. Naquela época se casava, não se fazia faculdade. E eu sou empresaria. Eu tenho uma loja, há vinte e seis anos. Uma loja de roupa, e que era no início uma loja para adolescentes, e depôs com o tempo foi passando, além das adolescentes fui fazendo roupas de festa, e hoje eu faço roupa para a noite, para adolescentes e para casamentos, para esse tipo de coisa, né, para festas.
- Legal. E vocês moram aqui há quanto tempo?
- Nós estamos aqui desde o ano 2001, então há quase dez anos. Eu mora numa outra casa, com os meus filhos, e a casa era num lugar muito grande, tudo, lá na Granja Julieta. Aí nós resolvemos vim pra cá, aí construímos essa casa, quer dizer, tinha uma casa construída, e a gente construiu, e a idéia, era pra gente fazer uma casa menos, imagina, uma casa menos pra nós dois, porque os filhos já estão morando fora. Mas no fim ela acabou, como eu já estou habituada a casa grande, com coisa grande, sempre morei em casa grande, eu gosto de pé-direito grande, então, acabou ficando uma casa grande. Apesar de ter uma sala, mas tem os quartos, quarto de hóspedes...
- E são quantos quartos?
- São três quartos, mais closets, essa coisa toda. Mas os quartos, eu lembro que eu queria a casa com dois quartos, porque não tinha necessidade, mas aí... o arquiteto falou: “não, no caso de cê querer vender, uma casa com três quartos é muito mais comercial”, então aí foi esse lado. Então eu tenho dois quartos vazios. Porque tem o nosso quarto, depois dois quartos de hóspedes que seriam...
- Esses são suítes também?
- Todos suítes. Cada um com o seu banheiro. Então tem os banheiros, os quartos lá em cima, e aqui em baixo, eu quis fazer, diferente da minha outra casa, em vez de ter várias salas, tipo, sala de estar, sala de jantar, sala de televisão, eu fiz tudo, numa sala só. A cozinha, a sala, e a televisão. Eu não queria, aquela sala de jantar com uma... com uma... aquelas mesas, aquelas mesas... sabe? Com aquelas cadeiras, que ficam em geral vazias e... como eu não gosto tanto...
- Mas você tem uma mesa de jantar?
- Eu tenho uma mesa na sala, que é uma mesa que aumenta, que é redonda, que vai aumentando no caso de eu precisar. Tem tábuas, né, mas num... eu num quis fazer aquela sala propriamente dita só para jantar tradicional, sabe? Isso que eu, que foi minha primeira idéia, eu falei: “eu quero uma sala só”, “eu não quero sala de televisão, eu não quero nada”, e em geral, no fim de semana, a gente tem uma fazenda, e lá tem a mesa, entendeu, então a gente vai e....
- Entendi. E você sabe me dizer qual é a metragem da casa?

- Ai, assim eu não tenho idéia, mas eu acho, porque era numa faixa de 600 metros quadrados, porque tem uma garagem em baixo bem grande que cabe muitos carros.
- E você tava dizendo que vocês moravam na Granja Julieta antes...
- Morava na Granja Julieta. Mas eu morava numa chácara que fazia fundos pro parque, aí era um terreno...
- Parque? Qual parque?
- Não, parque não, pro Clube, pro Clube Hípico de Santo Amaro. Então a minha casa, ela dava pro fundo, depois da piscina cê via a minha casa, tanto que às vezes passava gente andando a cavalo dentro de casa. Mas era uma chácara, a minha casa era uma casa que era do meu pai, então tinha coqueira, tinha tudo, e tinha servidão pro Clube, eram dois terrenos muito grandes, tanto que lá tinham duas casas, tinha a minha casa e a casa do meu irmão. Então eu morava lá e a casa era com um terreno muito maior, e era uma casa grande também...
- Mas porquê vocês quiseram se mudar de lá pra cá?
- Porque eu não gostava daquele bairro.
- Mas porquê?
- Acho longíssimo de tudo, eu faço tudo pro lado de cá, e eu vivia na marginal. Então o que acontecia, eu saía de manhã, e voltava de noite, não gosto, eu tenho horror daquele bairro, eu acho muito difícil de chegar lá, não gostava. Meu irmão, saiu também comigo, e depois voltou, ele gosta, ele voltou pra lá e ficou lá. Eu não, eu nunca quis morar lá, eu fui morar lá porque tinha uma casa e... e na época era interessante, eu fui. Mas quando eu era garota eu morava lá, meu pai morava lá, era uma chácara na época.
- Agora voltando um pouco aqui para essa casa, você está satisfeita aqui?
- Tô. E aí quer dizer, a idéia, é que eu fiz essa casa, era quando a gente fez, era pra ser, casa pra ficar pra sempre, né, tanto que até tem um elevador, caso no futuro a gente precise... e... quando eu fiz essa casa, eu fiz com o Marcos Tomanik, que é um arquiteto.
- Essa era uma outra pergunta, se tinha um arquiteto...
- É, o arquiteto... e eu lembro que eu cheguei pra ele e disse: “ai Marcos eu queria uma casa”, aí passou um tempo, ele me chamou, e aí ele foi me mostrar a casa. Aí quando ele me mostrou a casa não era nada daquilo que eu queria.
- A planta?
- A planta, com desenhos, tudo. Tinha um monte de janelas, era uma casa assim toda meio estilo francês, eu falei, “meu deus! Não é nada disso”, e eu o conheço ele era amigo nosso, e aí eu falei “ai que chato”, aí eu perguntei pro meu marido: “cê gostou”, ele falou: “não achei ruim não”, aí eu falei “ai, mais eu não gostei”. Aí ele falou, “bom, então cê vai lá, e cê fala pra ele que você não gostou”, aí eu liguei pro Marcos e falei “olha, eu vou dar uma passadinha aí, dá pra você conversar comigo?”, aí ele falou: “lógico, vem”. Aí eu fui lá, quando eu cheguei lá, aí eu perguntei pra ele: “olha, quando você faz uma casa, a pessoa precisa amar, à primeira vista, né?”, aí ele falou: “lógico”, aí eu falei, bom, é que não foi bem isso o que aconteceu, não era bem isso o que eu queria”. Aí ele falou: “mas o que que você quer?”, eu falei: “não, eu quero uma casa, mas eu quero uma casa diferente, eu quero uma casa assim, eu quero uma casa assado”, aí ele falou: “bom, você não me disse nada disso. Cê falou que cê queria uma casa simples, e essa casa simples que cê tá querendo é super sofisticada”. Eu sei que nós ficamos lá eu acho que umas duas horas, e ele ia rabiscando, e ia fazendo, sabe, e uma semana depois ele me apresentou esta casa, com tudo aqui, e nós não mexemos mais. Aí construiu a casa, eu fiquei enlouquecida pela casa, pensava em tudo da casa, o fechinho, uma gavetinha, o

material, vivi, aquela casa até fazer, durante uns dois anos. Quando a casa ficou pronta, aí eu levei o maior susto, porque eu nunca imaginei, eu sabia que a casa era o que eu queria, mas eu nunca imaginei que ela fosse fazer tanto sucesso do jeito que ela fez. Porque como ela é nesse lugar aqui em cima, quem chega olha. Então eu recebia bilhetes, eu recebia telefonema, tinha gente que tocava a campainha, mas é uma coisa, eu até brinco, eu virei outra pessoa depois que eu mudei pra essa casa. Porque aí fala assim: “quem é você?”, eu falo: “eu sou...”, ah, e aonde você mora? “ah, eu moro na rua tal”, aí a pessoa fala: “naquela casa?!”, eu falo “é, naquela casa”, aí a pessoa acha assim o máximo, é incrível! É isso que é uma coisa, é muito importante, aonde você mora diz quem você é. Outra coisa, isso foi o pior: eu tenho essa loja, e nessa loja eu sempre quero coisa de revista, eu quero, procuro, aí é difícil que as produtoras venham lá, sabe aquela coisa? Você precisa um monte de coisa, paparicar, tal, aí, quando eu fiz a casa, o arquiteto falou: “eu posso fotografar?”, eu falei: “pode”, ele fez um livro, e a casa tá no livro, aí, só que eu já tava morando aqui e eles vieram fotografar e eu não estava, e vieram, e aí tudo bem. Aí, de repente me liga uma mulher: “olha aqui é fulaninha da revista...” sei lá o que era.... “eu queria te dizer, que de todas as casas [fotografadas para o livro do arquiteto] que eu fui ver, a sua, é o máximo, porque a sua...” e eu na hora eu lembro que eu tava na loja até, eu falei: “ah, muito obrigada, tal, quer dizer que você gostou? Que bom”, aí ela falou: “ah, e eu queria te dizer: você sabe que eu trabalhava em moda e sempre me falavam da tua loja e eu nunca quis ir na tua loja, se eu soubesse...”, aí eu falei: “ai não acreditando que essa menina tá me falando isso, eu falei: “mas eu não sabia que precisava morar bem pra”... conseguir alguma coisa, sabe? Aí que você vê os valores das pessoas, sabe?

- Bom, continuando aqui só pra não tomar muito do seu tempo porque ainda tem mais algumas perguntas: Como é o uso da casa ao longo do dia?
- Então, a idéia de eu não fazer várias salas é exatamente pra isso. Ou eu estou aqui [jardim de inverno], ou eu estou nessa sala, ou eu tô no meu quarto e o meu banheiro. Então, a gente tá junto o tempo inteiro, eu e meu marido, e fins de semana, a gente passa muito o dia aqui, quando eu não tô na fazenda, e come aí fora, nós fizemos uma casa pra nós, nós não fizemos uma casa pra receber, pra festas, pra nada, entendeu?
- Ah, então, a próxima questão era: aonde na casa você costuma receber visitas, quando você recebe....
- É aqui na sala [aponta para a sala], e aqui aonde eu estou.
- E você arruma a casa pra receber as suas visitas? Assim algo fora da rotina?
- No dia que tem um jantar eu arrumo umas flores, o máximo que se pode fazer é arrumar os vasos, né? Não tem muito o que fazer, né?
- E tem algum lugar na casa que você mais gosta de ficar?
- Eu gosto de ficar aqui de manhã, aí, tomamos café aqui do lado na sala, essa mesa redonda, aí a gente sai, vai pra ginástica, volta, eu almoço, vou pra minha loja todo dia, e voltamos a noite, e a noite ficamos aqui, quer dizer, a gente usa muito essa casa. Quer dizer, eu acho que ficou a casa do jeito que eu queria, não sinto falta de mais nada, sabe?
- Agora sobre a decoração mais especificamente, você acha importante decorar...
- Bom, é aí que eu te digo, quando eu te falei que eu fiz essa casa, que todo mundo gostou, essa coisa toda, o arquiteto, falou: “olha Heleninha, eu se fosse você, agora largava esses trapinhos, que você mexe, isso ele queria dizer os meus vestido, que eu faço, e venha trabalhar comigo”, “porque em quarenta e hum anos que eu faço casas, nunca uma casa fez tanto sucesso como a sua”, “todo mundo quer a casa igual a sua”. Porque essa casa, eu tive a idéia porque eu fui

pro sul da França, lá pra Provence, e lá que eu vi as casas assim, sem beiral, essa coisa toda. Então, eu fiquei com aquele negócio na cabeça, comprei livro, comprei revista, e tal, e fiz mais ou menos do jeito que eu gostava e que eu tinha visto. Então ele até me convidou pra trabalhar com ele, que eu não fui porque.... eu não... eu sei fazer a minha, não sei fazer a dos outros, né. E... e na parte de decoração, às vezes quando o pessoal fala “ai, mas tá bom”, eu acho que ficou bom, porque a gente foi pondo tudo de uma vida, eu não peguei decorador pra fazer essa casa.

- E como que você faz pra escolher os móveis, alguém te indica, viagens, revistas?
- Viagens, revistas, eu gosto de decoração. Eu reparo bem em coisa de decoração, e vejo, e viajo bastante, eu vou pra França, eu vou pra Inglaterra, eu vou pros Estados Unidos, então, eu vejo, eu gosto de coisa de loja, e tal... então eu tinha muita coisa, e também sabia o que eu queria, entendeu? Pra fazer, o estofado, o piso, por exemplo o piso aqui desse terraço aqui é um piso que nós fomos num hotel de Paris, e tinha esse piso muito mais trabalhado, né, e eu lembro que eu tirei fotografia do piso, eu falei: “eu quero um mosaico igual ou parecido com esse”, e aí eu... eu fui nesse lugar aí o... que faz esses mosaicos, uma moça, ela chama Bartira, e aí ela fez.
- E então você lê revistas de decoração de interiores?
- Muito, muito.
- Quais?
- As que eu gosto?
- É, é.
- Eu gosto das francesas, aquela Cote Sur, a revista americana... em geral eu gosto mais de revista estrangeira. Num vejo assim, tipo... revista nacional eu num vejo muito.
- Aonde que você comprou os seu móveis? Parte deles você já disse que herdou...
- Quase tudo. Eu não comprei móvel. Eu não comprei nada de móvel assim... agora, sabe, eu comprei uma coisa ou outra. Eu comprei esse espelho que eu não tinha... uma coisinha ou outra. Por isso que também eu acho que a casa ficou boa, porque ela... dá um ar de casa vivida, que é coisa misturada, com coisa que era da minha família, com coisa da família do meu marido, a gente vai ajeitando... entendeu? Eu não montei a casa, não tem “ah, decorei em tal loja”, não tem loja. Eu não fui em loja nenhuma, entendeu? Fui em lojas de tecidos, isso eu fui, naquela... Entrepasto, compra um tecido aqui outro ali, cortina, isso tudo eu fiz, um tapete ou outro que tava faltando... mas nada de “fiz a decoração em tal loja”.
- E teria algum nome pro estilo da decoração?
- Essa casa é um estilo provençol, né, e... quer dizer, é um estilo Francês mais simples, né, que é do Sul da França, e a decoração, não tem um estilo específico, tem uma... tem uma mistura, por exemplo o lustre era da minha avó, umas coisas a gente trouxe, procura uma coisa aqui, procura outra ali... mas foi de uma vida, porque eu já sou mais velha, então já tem a vida por trás, né, então não tinha cabimento eu sair comprando coisa, né. A gente compra quando é jovem, recém-casado, aí você organiza a sua vida. Vai comprando ao longo dos anos, e aí chega uma hora que você vai mudar de casa e você tem as coisas, né.
- Uhum. E você tem móveis que você gosta mais, que você tem um carinho especial...
- Ah, tem, é porque tudo tem uma história, né, coisas que eram da minha avó, que eu era muito ligada, coisas que eram do meu pai... então coisas assim, né,

porque meu pai era separado da minha mãe, então tinha, a casa do meu pai, tinha a casa da minha mãe, tinha a casa da minha avó, aí tinha o meu sogro também, era colecionador, então tinha quadros, dele, então tem um monte de coisa, que vem, que a gente herda, então as coisas chegam, cê vai misturando, então eu não vou dizer pra você “ah, essa casa, ela é decorada estilo francês”, porque não é, nem eu sei que estilo que é. Que tem móvel inglês, tem móvel francês, tem móvel que não é nada, tem de tudo na casa, entendeu?

- Tá, entendi. E o que você mais valoriza no seu ambiente de moradia, Heloisa, eu tenha aqui alguns itens: Claridade; praticidade; harmonia e conforto; amplitude e espaço; sobriedade e descrição; silêncio e calma; limpeza; segurança; ou algum outro?
- Eu acho que... pra mim é muito importante: espaço, claridade, é muito importante numa casa, né, que mais que cê falou? Tem ambientes grandes que... eu sou grande, eu estou habituada, então eu fico... um pouco sufocada com coisa muito pequena, não tô acostumada, né, então, eu gosto. Penso muito negocio de sol, de claridade, acho muito importante, cê ter o verde, o lado da casa que chega a luz, isso é muito importante. Agora... eu não sou obcecada com negocio de segurança, mas, é uma coisa a se pensar, eu por exemplo fui seqüestrada duas vezes. E tive vários episódios nesse sentido. Então, é uma coisa que agora cê fica preocupada, né, fica com mais medo. Eu não tinha medo nenhum, hoje em dia, eu já tenho muito medo, né, então... essa coisa toda, cê precisa pensar. Mas eu não chego ao ponto de: “ai eu não quer morar numa casa por questão de segurança”, se não você não vive, tudo pode acontecer, né, então é isso. E depois tem outra coisa, eu gosto de bicho, eu gosto de ter cachorro... e é importante pra mim, então jamais eu iria prum apartamento.
- Entendi. E... o que sua casa significa pra você?
- O que que a casa significa?
- É...
- Significa... é um lugar onde você chega... é o seu lugar, né. Onde cê se sente bem, e onde cê tem as coisas mais ou menos, tudo que você quer tá na tua casa, né.
- Qual a importância da sua casa pra você?
- Num tem assim uma importância a não ser assim pelo meu... pelo meu bem estar. Mas ao mesmo tempo, eu vou te dizer, eu acho que essa casa, eu acho que o importante numa casa, é a casa ser o que você é. Porque por exemplo, eu não teria medo nenhum, de sair daqui, porque eu ia fazer outra casa com a minha cara. Cê entendeu? Não é essa casa, e se não for essa não é nenhuma, não é assim, eu acho que... a gente leva a casa, a gente faz, a casa de gente. Não tem aquele ditado que fala... “mostra onde cê mora que eu te direi quem você é”? eu acho que é muito por aí. Entendeu, cê percebe a pessoa pela casa, pelo jeito da pessoa, tal, entendeu? Eu por exemplo adoro essas casa modernas, esse jeito *clean* eu não acho feio, mas eu seria incapaz e também não sei fazer aquilo. Eu gosto de coisa. Eu gosto de ter minhas coisas, eu lembro da minha vida, né. Tem uma estória da minha estória. Foi muito engraçado, quando eu resolvi fazer essa casa, uma amiga minha falou: “ah, chama o Arthur Matos Casa”, aí... eu falei: “tá bom”, eu não sabia... chamei. Apareceu ele. Na minha casa, velha. E eu, queria que ele fizesse uma casa pra mim, mas acontece que como essa minha amiga tinha me dito que ele era muito bom, eu acreditei nela e chamei ele. Eu não fui antes ver o que ele tinha feito. Então ele chegou na minha casa, a gente começou a conversar, parecia conversa de louco [risos], porque ele não tava entendendo o que eu tava querendo, e eu não sabia o que

ele fazia, quer dizer, não dava, o estilo dele, ele dizia: “mas você quer se despojar de tudo isso que cê tem aqui?”, e eu dizia: “mas como assim despojar?”, “porque que cê tá falando isso?”, aí ele disse: “porque o meu estilo é outro”, quando eu fui ver o que ele fazia, eu falei bom, “cê me desculpa, eu não sabia, eu acho que cê faz umas coisas muito legais, mas seria uma coisa pra fazer uma loja, uma coisa muito diferente, mas nunca a minha casa, porque eu sou cheia de coisa, então como é que eu vou me desfazer das minhas coisas?” eu não tava entendendo, entendeu? Eu não podia mudar, eu não ia fazer uma casa moderna, uma casa sem enfeites, uma casa assim *clean*, eu não sei fazer isso, cada um tá na sua, né? Eu não me sinto bem. Então eu curto uma almofada, eu curto uma coisa florida, eu gosto de ter objetos, eu a-do-ro coisa que não tem necessidade nenhuma, sabe, coisas assim? Bobagens... eu gosto! Que que vai fazer, né? É o aconchego... é aquela coisa: se você pode acordar de manhã, e pisar num tapetinho branco bonitinho, porque é que cê vai pisar no chão? Ou num de corda, grosso? Não tem necessidade disso. Eu acredito, que tudo que é bonito, tudo que é... sabe, que cê preparou, faz bem. Pra mim faz bem, tem gente que dorme de luz acesa e que nem abajur usa, não é assim? E que não presta atenção, eu vejo o meu filho. Ele casou, a gente ajeitou uma casa pra ele, tal. Cê não sabe o que é a casa?! E aí eu fico pensando, “uma bagunça!” eu chego lá eu não consigo nem sentar, direito, de tanta bagunça, ele acha engraçado. A mulher eu acho que não sabia fazer, não sabe, não sei, mas ele não se incomoda com aquilo! Se não a casa dele não tava desse jeito, né, agora, ele foi criado por mim, morou na minha casa, vai entender, cada um é cada um, né, e assim vai. Então é isso, agora, espero que tenha dado pra dar uma idéia, do que cê queria, né...

- Nossa. Me ajudou muito!
- Não porque é isso mesmo, e é aquela idéia, você é, onde você mora, o bairro onde cê mora, o tipo de casa que cê tem... é muito importante, é incrível, eu percebi isso, sabe, das pessoas te valorizarem, é... é ridículo, mas é isso, qualquer coisa que depois cê lembrar, tá?
- Tá, mais tá ótimo, muito obrigada Heloisa.

Entrevista com: Thiago – Morador 8
Bairro: Vila Nova Conceição, São Paulo

- Bom, pra começar, essa casa é própria, Thiago?
- Essa casa é própria.
- Quantas pessoas moram aqui?
- Aqui moro... em princípio... eu sozinho com uma empregada, que dorme em casa.
- A sua escolaridade... qual é?
- Eu terminei o... o clássico. O *high school*, né, eu não tenho formação universitária.
- Tá, o que no Brasil seria o segundo grau completo.
- Segundo grau completo.
- E a sua profissão...
- Sou diretor de cinema.
- Há quanto tempo você mora aqui nessa casa?
- Há oito anos.
- E qual é a composição de cômodos da casa? Quantos quartos...
- Tem uma suíte pra mim, e um quarto com banheiro de hóspedes.
- E essa sala aqui, com dois ambientes...
- É, porque essa casa foi reformada, era o galpão de um carpinteiro, que eu mantive a estrutura básica original, e um arquiteto fez um agregado de dormitórios.
- Tá, e você tem também jardins...
- Tem uma piscina, um terraço que dá para a piscina e jardim.
- E você sabe a metragem da casa?
- Tem trezentos e poucos metros quadrados de área construída.
- E porque você decidiu se mudar para essa casa?
- Porque eu morei de aluguel a vida inteira, eu tinha morado dois anos nos Estados Unidos, em São Francisco, onde tinha muitas construções industriais que foram adaptadas para residência, e eu voltei para São Paulo com vontade de que se tivesse que ter uma casa, gostaria que fosse não no modelo convencional português, né, clássico, que foram os sobrados, que foram as casas térreas, queria que tivesse um pé direito alto, que tivesse um grande espaço comunitário, né, e... que a privacidade se desse nos dormitórios. A cozinha é integrada com a sala, sem copa, que é da época dos escravos, enfim, é uma coisa bem mais prática, que com uma pessoa eu possa viver tranquilo.
- E você comentou uma coisa que é uma das próximas questões, é... um espaço para o social, alguma coisa assim você disse, você costuma receber visitas?
- Como todos os seres humanos eu gosto de receber pessoas em casa, eu gosto de cozinhar...
- Com que frequência?
- Pelo menos... sei lá, duas vezes por ano eu faço uma festa grande. Qualquer desculpa é desculpa. E... gosto de trazer amigos pra comer a noite, acho mais agradável comer em casa que comer fora.
- E em que lugar da casa...
- Na sala de jantar, aí.
- Você arruma a casa pra receber as visitas?
- Não. Costumo ter sempre flores na casa.

- Não tem um preparativo especial...
- Não, a casa é como ela é, eu não preparo diferente, do jeito que eu moro eu quero que as pessoas a vejam.
- E você se sente satisfeito aqui, Thiago?
- Muito.
- Bom, reforma, desde que você se mudou, fora toda a reforma inicial para você se mudar, você não fez, né?
- Ah não, porque ela já foi feita para aquilo que eu precisava. Eu na época era casado e tinha um filho, minha mulher tinha um filho, então fizemos um apartamento pra ele, e um apartamento pra nós. Depois nos separamos, e eu fiquei morando sozinho aqui. Não é uma casa de três dormitórios, ou quatro dormitórios, pela metragem que ela tem, é uma casa muito atípica. Ela tem uma suíte, e um apartamentinho de hóspede.
- E como você usa a casa ao longo do dia? Você passa o dia aqui?
- Passo o dia inteiro aqui em casa, eu leio, escrevo...
- Você trabalha em casa?
- Trabalho muito em casa ultimamente, me chateio muito quando eu vou pro escritório, ficou uma hora, duas horas, e venho pra aqui, aqui é o meu refúgio.
- Você tem algum lugar de preferência na casa?
- Eu vou variando. Depende com a época, hoje agora está sendo essa aqui a minha poltrona, durante muitos meses era aquela, certo, às vezes de noite gosto de ler lá em cima, tem uma poltrona lá em cima, e eu fico vendo a casa, o telhado, eu sou um... eu sou um contemplativo.
- Você acha importante decorar a casa?
- Eu acho importante que a casa tenha os objetos que você gosta de ver. Eu não chamaria isso de decorar. Porque cada objeto para mim tem uma história, ele não foi feito por um decorador.
- Por exemplo, me conta alguma história de algum objeto aqui?
- A obra do Sérgio Camargo, que é essa peça de madeira... a peça em baixo, de mármore, também é dele, entre as duas tem vinte anos de diferença, e ele foi uma pessoa muito querida, muito amiga, que faleceu muito precocemente, e eu me lembro exatamente do momento, que eu escolhi a peça, que que conversávamos, o que que representou pra mim poder ter uma peça dele... que era um sonho de consumo... enfim, esses dois pescadorzinhos aí são do alto Rio Negro, foi do Drauzio Varella, meu médico que me trouxe... sei lá isso aqui é uma peça do Jesus Soto que é um artista cinético venezuelano que comprei em Paris... aqui é um Waltércio Caldas, que já comprei faz vinte anos... um grande amigo... enfim, tá tudo ligado, nunca entrei numa loja e comprei algo.
- Não?
- Não. Nunca entrei numa loja pra comprar um objeto. Tudo tem uma história. Esses vasilhinhos azuis aqui, que tem uma... transformei em lâmpada, tava passeando com minha mulher uma noite, vi um pessoal, uma casa que se vendia coisas em Paris, de um pessoal que tava se mudando, entramos, olhamos, e compramos essas coisas, então tudo está atrelado a minha história de vida, nunca um decorador entrou aqui.
- A momentos, a...
- A viver. A ficar velho.
- Mas nem o sofá, por exemplo esse sofá.
- Eu precisava de um sofá comprido. E cê vê, a única coisa que eu comprei numa loja sem pensar muito é totalmente incômodo. Essas duas cadeirinhas que eu comprei que eram do consulado Francês, né, da década de vinte, que comprei num antiquário, que namorei, que tem uma história, que o antiquário ficou meu

- amigo, porque ele ficou tetraplégico, enfim, tem uma estória. Aquelas duas cadeiras, estavam caindo aos pedaços, são de uma casa que eu fui ver porque tavam vendendo a casa, e vi essas duas poltronas jogadas no fundo, e eu comprei do cara. Então tudo tem uma estorinha.
- Então apesar de você morar aqui há relativamente pouco tempo, você traz as suas coisas consigo de outros...
 - Elas vão comigo, claro. Aquela coluna torta lá de madeira, eu comprei em Buenos Aires em noventa e sete, vai fazer treze anos. Estava fazendo um filme, vi eles descenderem essa coluna de um caminhão, e achei muito estranho uma coluna que tem que ser ereta, torta. E digo, bom, se parece comigo. Aí eu comprei.
 - Porque se parece com você?
 - Porque eu achei que se parecia comigo, porque é para ser reta e é torta. Porque eu não sou cientista.
 - Uhum. Bom, essa questão você acabou de responder: aonde você comprou os seus móveis? Então essa...
 - Tem tanta coisa que... que a mais nova... que tem de mais novo? Que eu posso ter comprado...nada...
 - Você tem móveis herdados?
 - [risos] Não... não... eu sou de uma família muito pobre, meu pai era alfaiate. Meus pais nunca moraram em casa própria, sempre moramos alugado. Eu mesmo morei no Brasil, morei em pensões durante anos até que consegui alugar meu primeiro apartamento.
 - Quando você vê alguns móveis, você é capaz de reconhecer o estilo?
 - Perfeitamente.
 - É... uma digamos, cadeira Luís XV...
 - Tudo, tudo. Posso errar, mas eu sei da onde provém, mais ou menos de que época, se é um desenho original, se é uma cópia, eu gosto.
 - E como você se tornou capaz de reconhecer?
 - É como perguntar a um jogador de futebol como que ele chegou a jogar futebol e fazer o gol... porque é o que ele fez a vida inteira, porque é nisso que ele focou a vida inteira, é isso que lhe deu prazer desde menino. Eu não sou um cientista, eu não sou uma pessoa pragmática, eu jamais estudaria sociologia.
 - Sim, mas você também não é um profissional da decoração...
 - Não, mas são coisas que me interessam. Eu quero saber, de que período são essas duas cadeiras.
 - Você foi aprendendo...
 - Fui aprendendo com a vida, e estudando, e vendo, indo em exposições, e lendo, e... indo ao teatro, indo ao cinema... se perguntando, visitando, enfim. Me educando.
 - Então por exemplo, quando você vai na casa de algum amigo, você...
 - A primeira coisa que eu faço, depois do primeiro passeio pela casa, é saber qual é o objeto, se eu tivesse que roubar, que eu gostaria de ter. Só que não roubo, como eu sou uma pessoa educada, mas adoraria roubar, mas não consigo.
 - Você saberia dizer qual o estilo dos seus móveis? Por exemplo, clássico, étnico, moderno...
 - Não olha, as cadeiras aqui eu tenho uma coleção de oito cadeiras Biedermeier. Que são cadeiras, da Alemanha, austríacas, do final do século dezenove, início do século vinte, são todas Biedermeiers. Essas mesinhas são Art Déco, brasileiras, tipo João Graas, feitas no Liceu de Artes e Ofícios. Uhum... essa mesinha, é uma mesinha engraçada, mesinha francesa, é um desenho Francês, que cê vê que é da década de quarenta, de linha industrial, não é nada especial.

- Sei lá, por aí vai, aquilo é uma peça por troncos de barco, de madeira, lá no Sul da Bahia, de um artista que corta as canoas e monta com madeira já apodrecida é... objetos, funcionais. Tudo tem uma estória.
- E... você então não contratou um decorador?
 - Não.
 - Mas a casa teve um arquiteto?
 - Bom, precisa, se não... tem que calcular estrutura, telhado...
 - Ele só ficou com essa parte estrutural, arquitetônica?
 - Não, ele ficou com a parte do desenho final, mas seguindo as minhas... fizemos juntos. Eu acho fundamental a presença de um arquiteto na construção duma casa. Tem gente que contrata arquiteto pra fazer uma casa, um engenheiro para construir o que o arquiteto desenha, o que é o correto, né, e tem gente que contrata o próprio arquiteto ou um decorador, pra decorar a casa. No meu caso o decorador não existiu.
 - Entendi. Mas de certa forma eu percebo que pra você é importante, que você gosta, você sabe, conhece, então...
 - Mas não é que gosto porque conheço. Eu gosto porque eu admiro tudo que o homem faz, e cria. Que não são coisas de consumo rápido, que não são coisas de consumo industrializado, eu gosto de coisas que tem a mão do homem dentro dela. Porém não gosto de arte primitiva, não gosto de, de... de coisas... eu sou uma pessoa complexa. Eu não vou por coisas muito simples na minha casa porque me chatearia. Eu gosto de dialogar com o abstrato, porque já minha profissão me faz lidar com o figurativo, ilustração. Então eu não quero ter nada que represente um ser humano, uma cara, um objeto... então cê vê que tudo que eu tenho são coisas geométricas... eu trabalho muito mais com conceito.
 - Interessante. E você tem algum móvel ou objeto que você mais gosta?
 - Tenho... eu tenho uma mesinha do João Graas, que agora tá tendo uma exposição acho que na Praça da Sé, na Caixa Econômica Federal, que foi um austríaco que veio pro Brasil na década de vinte e que desenhou móveis muito interessantes, sei lá...
 - Ou esses que tem significados mais pessoais...
 - Mas isso... não queira dar mais, ao que as coisas já tem. São coisas, são objetos que eu tenho, são peças, só. Todas elas, utilizáveis. Nenhuma delas é para ser é... admirada.
 - O que você mais valoriza no seu ambiente de moradia, por exemplo: claridade; praticidade; harmonia e conforto; amplitude e espaço; sobriedade e discrição; silêncio e calma; limpeza; segurança, ou algum outro?
 - Todas elas. Primeiro é silêncio. Segunda é ventilação.
 - Em algumas palavras Hélio, o que a sua casa significa pra você?
 - É o meu retrato. É minha foto.
 - Qual a importância da sua casa pra você?
 - É onde eu moro, onde eu durmo, onde eu sonho, onde eu trabalho, onde eu escrevo. Onde amo... sei lá, minha casa é minha vida. Eu não consigo me ver vivendo sem casa. Estar dormindo muito tempo num lugar que eu desconheço. Eu faço, viajo muito, trabalho, mas sempre sabendo, meu subconsciente sabe o que é uma *home base*. Né, *home base* é um termo, anglo-saxão, do jogo de *baseball*. Os jogadores jogam a bola, faz o diamante, e volta ao lugar de saída. É o *home base*, é a casa-base. Então, isso me faz bem, é como saber que eu tenho onde morar. Que eu tenho uma casa, que eu não sou um mendigo. Já dormi muito na rua.
 - É verdade?

- Por falta de recursos. Já morei muito em pensões... então a idéia de ter uma casa própria me deixa muito seguro.
- Tá bom.
- Tá bom?
- Tá, era isso, essencialmente isso. Muito obrigada.

Entrevista com: Maria Célia – Morador 9
Bairro: Jardim Paulistano

- Bom dona Maria Célia, primeiro, é... esse apartamento é da senhora?
- É.
- E dona Maria Célia, quantas pessoas moram nessa residência?
- Só eu [risos]. Eu e a empregada.
- E a empregada doméstica que dorme.
- É, dorme.
- Tá. E qual é a idade da senhora?
- Oitenta e hum e meio [risos].
- E até que nível a senhora estudou?
- Até o segundo colegial.
- Segundo colegial.
- É, assim oficialmente, né.
- E a senhora exerceu ou exerce alguma profissão?
- Assim atividade remunerada, não.
- Quantos filhos a senhora teve?
- Três.
- E o marido da senhora, ele...
- Era advogado procurador do Estado, faleceu há dezoito anos.
- E... voltando um pouco aqui para essa casa, há quanto tempo a senhora mora aqui?
- Ah eu mora aqui há 36 anos.
- Nossa, bastante tempo. E quantos cômodos são, como é que é...
- São três suítes. Porque quando eu vim pra cá, eu tina dois filhos solteiros, então, cada um no seu quarto.
- E tem então um banheiro pra cada quarto?
- Uhum. E aqui é uma sala só, eu é que dividi, porque meu marido não gostava de... ambiente muito aberto, e também naquele tempo ele precisava desse escritorzinho, que hoje é essa salinha de televisão.
- Mas aqui tem três ambientes...
- É, sala de jantar, uma sala, e como se fosse uma salinha de televisão, né.
- A senhora saberia dizer qual é a metragem do apartamento?
- Cento e noventa e oito. De área útil, né, fora a área total.
- Uhum, tá. E... e a senhora hoje usa como o apartamento, fez alguma adaptação depois que os filhos saíram?
- Um dos quartos virou escritório. E o outro eu deixo pra hóspedes, porque eu tive uma neta que morou cinco anos e meio, e um neto que ficou cinco anos e meio. E então, eu tive gente até pouco tempo, agora que eu tô sozinha.
- Agora eu vou fazer uma pergunta pra senhora, e a senhora fique `a vontade pra responder como quiser.
- Uhum.
- A senhora se considera uma pessoa da elite?
- Ah, eu considero. Considero[risos], uma vez, quando eu tava na casa da minha avó, eu morava na Rua México, a um quarteirão do Maluf. Quem mora na casa onde eu morei, quer dizer, foi desmanchada e refeita. Hoje é a Ana Maria Diniz, e em frente o Abílio Diniz. Então eu morei num lugar muito chique, né. Pertinho da [igreja] Nossa Senhora do Brasil, era um bairro super chique. A minha avó morava em Higienópolis, foi pra lá porque ela ficou viúva, e meu tio

morava ali perto, era filho único, a minha mãe já tinha morrido, aí depois, a vovó já tava lá a uns doze anos, eu fui morar com ela, que ela já tinha mais de oitenta, e eu já tinha muito trabalho com ela e a casa, então eu mudei pra lá com a minha família. Aí uma vez veio um casal tocar pra fazer aquela pesquisa... o senso, e pergutaram: “de que classe social você é?”, e eu respondi: “eu sou de... classe média-alta”, e ela disse: “ninguém admite que é elite!”, aí eu disse: “quem tem muito dinheiro é a minha avó, não eu, eu não sou rica”, mas quer dizer, é difícil a gente medir, né, no fundo é elite, é tudo elite, a gente não pode negar né.

- E porque vocês se mudaram pra cá? De lá do Jardim América?
- Porque... a casa era da minha avó. Aí ela faleceu, tinha dois herdeiro, quer dizer, meu tio e a minha mãe, a parte da minha mãe era junto com meus irmãos, eu tinha hum oitavo da casa, e eu não queria ficar numa casa grande... era muito bonita a casa. É... grande e... a minha filha se casou, a minha vó morreu em março, minha filha casou em junho, e uma casa que tinha dez empregados.
- Dez?
- Dez. Quer dizer, não era dez empregados efetivos, mas a minha vó tinha uma enfermeira uma de dia outra de noite, no fim. Tinha cozinheira, tinha que ter copeira também, né. E daí tinha por dia, cada uma fazia uma coisa, e a minha vó tinha motorista duas vezes por semana, tinha jardineiro pelo menos três vezes por semana, tinha costureira por dia, passadeira, sabe como é que é?
- Sei...
- Mas, no final, não é que tivesse dez todo dia, mas eu já ficava quase louca. É puxado, não é fácil.
- E aí vocês acharam que ficava mais fácil...
- Não, não. Eu sempre quis morar em apartamento. Mas a... a minha vó nunca soube que eu tava... aí eu já fui comprando, porque ela já tava doente, com noventa anos. Aí eu comprei na planta, eu sou a primeira moradora aqui. Eu comprei na planta, e... o meu marido viajava muito, não só a serviço, que ele fazia desapropriações no interior, mas nós também temos fazenda, então ele também viajava... e eu ficava muito só, né, então pra eu ficar nessa casa... então quis mudar pra esse apartamento pra simplificar a vida, né.
- E porque esse bairro?
- Eu sempre gostei desse bairro. Eu morei em Higienópolis, depois eu mudei pro... quando eu casei fui morar na Alameda Campinas, Jardim Paulista, era casa alugada, aí eu mudei pra Vila Nova Conceição, mas lá era um bairro bem simples, não era como hoje com apartamentos chiques... era uma bairro simples, a rua não era calçada... não tinha luz na rua... eu comprei um terreno e depois comprei a casa pegado e fique lá dez anos, na R. Lourenço de Almeida. Aí eu fui ficar com a minha avó e aluguei aquela casa.
- Como valorizou aquele bairro, né?
- É, eu vendi muito bem... eu morava aqui há dez anos, mas já não estava na casa há vinte anos. Vendi em oitenta e dois.
- Uhum. Voltando um pouco pra estória da senhora nesse apartamento: A senhora está satisfeita aqui?
- Tô.
- Tem alguma coisa que a senhora gostaria de mudar, alguma reforma...
- Ah, gostar, gostaria, mas quem não fez durante trinta e cico anos não vai mais fazer [risos], né? Mas é uma mão de obra, né? Agora tem o banheiro que precisa reformar, que eu já reformei todos, os encanamentos, tudo, mas, cadê a coragem?
- É. Realmente. E aonde a senhora mais fica na casa hoje em dia?

- Eu fico méis no canto, que eu chamo de meu cantinho porque eu fica vendo televisão. Porque ali fica telefone, televisão, e... e eu dou todas as providências ali, né...
- A senhora costuma receber visitas?
- Costumo.
- Aonde na casa? E com que frequência?
- Ah, isso aqui é um movimento constante.
- Ah é?! Que bom.
- É. Porque eu tenho três filhos, eu tenho oito netos, e cinco bisnetos, então minha filha, [risos] é muito movimentada a casa, e tem muitos amigos e...
- Então assim, uma vez por semana?
- Não, mas eu não tenho nada marcado. Eu tenho três irmãos homens. Tenho um que mora aqui na esquina, o outro mora aqui atrás do Clube Pinheiros, tem um outro que mora mais pra perto do Jóquei, mas... esse que mora mais pra perto do Jóquei esse não vem muito, mas os outros vem muito. Então eu tenho muito movimento. Sabe, então eu tenho bastante movimento, de gente, amigos, também, né...
- E aonde na casa a senhora costuma receber as visitas?
- Aqui nessa sala.
- E a senhora acha importante decorar a casa?
- Acho importantíssimo. Não, não, mas o que cê chama decorar?
- Arrumar... escolher os móveis, a combinação das coisas nos lugares...
- Olha, aqui não tem nada que outra pessoa tenha feito, somente eu.
- A senhora não chegou a contratar nenhum decorador...
- Cheguei, cheguei, mas não deu certo.
- Não deu certo? Porquê?
- Comigo não dá. Porque eu sou muito enjoada. Porque eu tenho muita personalidade, nesse ponto, sabe?
- E como que a senhora chegou nesse profissional?
- Ah, a gente conhece... de boca boca, né.
- Chegou aqui uma fulana, que tinha feito o apartamento da sogra da minha filha, e.. e ela chegou aqui e falou: “aqui nada combina com nada” [risos], então eu falei, bom, então essa não serve pra mim, porque eu não vou dispor de nada, né. Mas eu levei dez anos quebrando a cabeça aqui.
- Pra fazer...
- É, fazendo aqui... pras coisas irem se encaixando. Ai o meu marido dizia que eu tinha o dom de ajeitar, ajeitar, e chegar no ponto que chegou, né, [risos].
- A senhora acha que tem algum lugar da casa onde a decoração é mais cuidada? Feita com mais capricho?
- Ah, as salas, né...
- E porque será?
- Não, porque a sala é o lugar que a gente... agora eu acho que... casa é pra ser vivida, e não pra ser mostrada. Cê pode fazer uma casa que seja pra ser mostrada, mas a casa é pra ser vivida. Pra gente usufruir da casa.
- Quando a senhora vai comprar alguma coisa pra casa, o que orienta a escolha da senhora...
- Se é praticidade ou é...
- Isso.
- Aí é difícil de eu responder, porque agora eu já não compro mais, né.
- Mas quando a senhora comprou, teve alguma loja...
- A maioria das coisas que eu tenho é herdado. Ah, sim, aquele armário, aquele armário eu comprei num antiquário. Essa bandeja foi num antiquário...

- Que antiquário?
- Essa foi no seu Nóbrega. E aquele na... loja... Thudor House. Na... na [rua] Padre Dr. João Manoel, descendo do lado direito. Mas já faz quase vinte anos que eu comprei. As outras coisas eu herdei, então...
- A senhora lê essas revistas de decoração de interiores?
- Lia muito, lia muito. Mas eu gosto das estrangeiras, as nacionais são péssimas...
- Porquê?
- São péssimas, porque as estrangeiras, cê pega uma revista estrangeira, ela dura vinte anos, e as nacionais, logo ficam fora de moda, sabe?
- A senhora lembra o nome de alguma?
- As estrangeiras tem a *Art et Décoration*, francesa, tem a *House & Garden*, a *House Beautiful*... sabe? Tem umas inglesas, umas americanas, outras francesas... agora as brasileiras não são grande coisa não... elas tem umas casas bonitas, que aparecem, né, mas, a gente precisa, se apoiar, né, também eu tenho livros, que eu fui vendo, comprando, a gente tem que... que saber, né?
- A senhora é capaz de reconhecer as lojas, as marcas, ou quem foi o artista que desenhou um móvel ou outro?
- Mais ou menos... os brasileiros eu acho mais difícil. Essas mais modernos... porque eu nunca tive nada moderno, porque eu não gosto de nada moderno, então... eu nunca tive nada assim. Então esses eu tenho muita dificuldade, mas os antigos eu conheço. Porque eu também fiz curso de decoração...
- Ah, fez? Aonde?
- Eu fiz com uma senhora que era do Clube Paulista de Decoração, e ela orientava muito a gente com livros... ela ta viva ainda, com noventa e oito anos. E depois eu fiz muitos cursos, eu... eu não me formei mas eu fiz muito curso. De... de decoração, de história, de... de mil coisas, o que aparecia eu fazia. Viajei muito também, então a gente aprende... aprende muito. Vendo, lendo, freqüentando certos lugares... e a gente aqui em São Paulo às vezes visitava umas casas, sabe? Tinha assim... não sei se ainda existe isso... a gente visitava umas casas... eu fui à casa do Matarazzo na [Av.] Paulista...
- Fazia parte do curso?
- É, não, no fim do ano, eles às vezes tinham umas pessoas que mostravam as casas, era em benefício, então você, acho que pagava alguma coisa... e eles acho que deixavam ver a casa... tinha uns jardins que a gente ia ver... umas casas... eu sei que por isso que eu fui à casa do Matarazzo, sabe? Fora as fazendas que eu conhecia aqui no Estado de São Paulo, fazenda da minha avó... da avó do meu marido... parentes, conhecidos, né, então eu fui a muitos e muitos lugares, né. Depois meu marido tinha parentes em Minas [Estado de Minas Gerais], lá eu fui a muitas e muitas fazendas, fazendas antigas... Mas já estamos desviando aí da sua pesquisa filha...
- Bom, a próxima pergunta é sobre o estilo dos móveis da senhora, teria algum assim mais específico?
- Clássico.
- E quais são os móveis da casa da senhora que a senhora mais gosta? Quais são mais importantes? Algum que tenha estória...
- É o seguinte, tem quinhentas mil estórias. Tudo aqui tem uma estória.
- Por exemplo esse aqui, esse conjunto [de cadeiras]?
- Isso aqui era da minha avó. Essas cadeiras foram da prima irmã da tida de minha avó. Quer dizer, esses móveis tem cento e vinte, cento e trinta anos... é francês, veio da França, essas duas. Aquele [sofá] é brasileiro, de imbuia, era de palhinha, mas quando a minha avó comprou já não tinha palhinha, aí um dia eu

- deitei no chão, examinei, vi que não dava pra por a palhinha, porque a parte... já tinha sido muito trocado.
- Eu já vi desse sofá com palhinha.
 - Com palhinha, né, eu pensei em por, mas ele já tinha sido muito trocado, eu achei que eu não ia conseguir recuperar a palhinha. Esse era de uma sala de visita da minha avó que vivia fechada. E essas cadeiras ela herdou dessa tia, que já eram da prima dessa tia dela. Então isso quando eu vim pra cá eu já tinha, porque a minha avó morreu e eu escolhi esse e aquela meã comprida, que também ela não tem estilo, a mesa de jantar era da minha mãe, o oratório, era da minha avó, dessa vó com quem eu morei. Os quadros aqueles eram da minha avó, esse atrás de você era da minha sogra, aquele era do meu tio, esse eu comprei num leilão, mas logo que eu vendi aquela casa na [Rua] Lourenço de Almeida, que eu te falei, eu comprei esses dois quadros, porque eu não tinha quadro bom. Agora esses objetos, aqueles vidros, e coisa assim era da minha mãe...
 - A senhora costuma ir a leilões?
 - Agora eu não vou mais. Mas eu ia. É uma delícia. Eu ia de noite, porque naquele tempo dava pra sair sozinha de noite. Mesmo que o marido não quisesse ir eu ia, né.
 - Agora, dona Maria Célia, eu vou citar aqui alguns itens e eu gostaria que a senhora me dissesse desses, qual a senhora acha mais importante para um ambiente de moradia, pode escolher três mais importantes.
 - Sei.
 - Claridade; praticidade; harmonia e conforto; amplitude e espaço; sobriedade e descrição; silêncio e calma; limpeza; segurança, ou algum outro?
 - É difícil, né? O último e o penúltimo não tem necessidade.
 - Limpeza?
 - Limpeza normal, né. Luz é importante. Sobriedade e descrição é sempre bom, né. Agora por exemplo, eu vou te dizer com as minhas palavras, eu nunca moraria num apartamento de fundos. Eu tenho que ver a rua. Tem que ter um espaço. Tem que ter verde, tanto dentro, como fora, cê tem que viver em contato com a natureza, né.
 - E em algumas palavras, o que sua casa significa? Qual é a importância da sua casa?
 - Eu me sinto bem. Eu falo pra minha filha, um dia ela me deixou aqui num domingo, lá pelas duas ou três horas, “ah, mas a senhora vai ficar sozinha...” e tal, mas eu falei, “mas eu não me sinto só”, porque eu tenho livros, eu tenho papéis, eu tenho... hobbies, que eu ainda não te contei... e eu tenho tricôs, e eu tenho minhas coisas, e tenho o ambiente todo da casa, que eu fiz pra eu viver bem, nela. Então eu não me sinto só, mesmo morando sozinha, e ficando, domingo, depois do almoço... Eu adoro ficar em casa.
 - Está ótimo, então era isso, muito obrigada dona Maria Célia.

- Quantas pessoas moram aqui nessa casa, Vivian?
- Aqui mora eu, meu marido, e nós temos quatro filhos, moram três dos filhos. E... não tem empregada que mora, só que trabalha durante o dia, então somos só nós mesmo. Um do filhos mora fora, agora.
- E qual é a idade dos filhos?
- Então, nós temos o mais velho que tem vinte e seis, que não mora aqui, depois vinte e quatro, dezoito, e cinco. São duas meninas, dezoito e cinco, e dois meninos, vinte quatro e vinte seis.
- E você e o seu marido, qual é a idade de vocês?
- Eu tenho quarenta e seis, e meu marido tem cinquenta e dois. Nós somos segundo casamento.
- Uhum.
- Então ele já tinha os meninos, do primeiro, ele é viúvo do primeiro casamento, e sou separada, do primeiro, e tinha a Marina, que vai fazer dezoito anos. E a gente se casou, como ele era viúvo, juntou as duas famílias, e aí a gente teve a Isadora que tem cinco.
- Tá, é.. essa residência é própria, ou...
- É própria.
- Própria. É... qual a sua escolaridade?
- Eu tenho doutorado. O último nível.
- Só por curiosidade, em quê?
- Medicina. Eu sou médica, e o Fabio também é médico.
- E há quanto tempo vocês moram nesse apartamento?
- A gente mudou pra cá em 2001, quando a gente se casou. Então são nove anos.
- Uhum. E qual a composição de cômodos casa? Você saberia me dizer quantos quartos, se são suítes, é...
- Então, esse apartamento tem mais ou menos uns quatrocentos metros quadrados mas tem bastante terraços, né, e... e nós temos um quarto... ele é um... ele é uma cobertura, ele é duplex, então tem a parte superior e a inferior. A inferior, é igual o tipo, dos demais apartamentos. Então ele não é muito bem dividido. Em baixo, são três suítes, nas três suítes de baixo dormem os filhos, e o casal dorme em cima. E... aí a gente tem uma copa e uma cozinha, uma lavanderia, aí tem essa sala aqui [sala de visitas com dois ambientes], e a sala de jantar. E lá em cima, complementa, então a gente tem o quarto do casal, a gente tem um escritorzinho, aí tem uma outra sala de TV, uma sala que a gente faz ginástica, e uma salinha que é uma varandinha, que eu fiz agora pra ela, que a gente reformou o apartamento e eu fiz uma salinha pra ela brincar, e tem a área da piscina, é uma área que tem uma piscininha.
- Tá. E... bom, essa pergunta, você fica a vontade pra responder como quiser: Você se considera uma pessoa da, ou parte da elite?
- Da elite?
- É.
- Não. Eu acho que eu sou uma pessoa privilegiada, faço parte de uma classe social... não da elite mais alta, acho que não, acho que de uma classe média-alta, né. Nós somos médicos, então... não, não somos industriais, nada disso, nem a família é. Mas eu acho que a gente tem uma classe mais privilegiada no sentido de ter mais condições, tal. Eu diria que seria média-alta. Não sei exatamente o que você quer dizer com elite, mas se for isso...

- Tá ótimo, eu queria saber mais a sua percepção, obrigada. E Vivian, porque vocês decidiram se mudar para esse apartamento e bairro da cidade? Aonde vocês moravam anteriormente, e se você está satisfeita aqui?
- Então, eu morava no Jardins, lá na Rua da Consolação. E o Flavio já morava no Morumbi. A gente decidiu, quando resolveu casar, como a gente ia juntar as duas famílias, e gente achou, que a gente deveria ir pra um apartamento diferente, novo, nosso, e que cada filho pudesse construir essa idéia junto, construir o seu quarto, a idéia do seu quarto. Principalmente porque os meninos tinham perdido a mãe, então tinha uma questão de luto, na casa deles, né, de perda, e a gente precisava de um apartamento maior, que éramos três e a gente tinha vontade de ter um filho juntos, mas não tinha certeza. E... então, nesse apartamento foi feita uma reforma grande, porque o morador que morava aqui, na verdade ele nunca morou, então por muito tempo ficou inabitado, então precisou de uma reforma grande. Então pra você ter uma idéia, essa escada que sobe era aqui na sala, então a gente perdia o espaço da sala, todo mundo que subia tinha que passar pela sala, e aqui em baixo tinha um banheiro, por isso que o banheiro subiu, porque na verdade a gente fez a escada aí. Então assim, eu acho que foi muito importante nessa concepção da nova família. Eu gosto muito de morar nos Jardins, eu sou mais prática, o que que o Morumbi tem de mais legal que é incomparável com o Jardins? É o passarinho, a natureza, as árvores, o sossego, a gente mora de frente pra uma praça, então, isso dá pra gente uma melhor qualidade de vida, a gente desce, anda na praça, é bem alegre nesse sentido. Só que o Morumbi, é um bairro, que você tem que fazer tudo de carro, porque tudo é longe. Diferente de lá do Jardins que a gente fazia tudo a pé praticamente. E o que eu acho ruim do Morumbi também, é a questão da segurança. Eu acho um bairro menos seguro. No Jardins a gente saía, por exemplo, eu não tenho, eu não teria, a preocupação dos jovens saírem a pé, aqui eu tenho. Pra minha filha ir na esquina eu tenho preocupação porque nesse sentido é pior. E é mais longe e cê tem que atravessar a ponte. Porém, por outro lado, quando eu morava lá, lá tinha poluição, a cortina ficava preta, tal, tal. E o que aconteceu da gente resolver ficar no Morumbi, mesmo morando lá, é porque todos os filhos estudavam no Morumbi, eu passei a trabalhar ali na Chácara Sato Antonio, e o Flavio trabalhava lá também. Então era muito mais perto a gente estar aqui no Morumbi. Agora os jovens foram estudar, foram em faculdades mais longe, e tudo, eles sofreram mais, mais a Isadora ainda continua estudando no Morumbi. E o Flavio, hoje trabalha mais longe, em Alphaville, mais ainda é melhor daqui pra Alphaville do que se tivesse no Jardins. Então eu acho assim, que todo lugar tem prós e contras, mas eu acho que esse sossego, essa questão do ar mais puro, de não ter a poluição, de ter a praça na frente, é um diferencial grande.
- Uhum.
- E aí a gente acaba fazendo tudo mais por aqui, mas tudo tem que fazer de carro. Nem ônibus não dá pra pegar, porque ônibus, a maioria para lá em cima no Palácio. Então os jovens ficam muito limitados, também, né.
- Porque tem algumas pequenas favelas por aqui, né...
- Tem uma favela aqui do lado, quem mora no Morumbi mais pro lado da Paraisópolis sofre mais, eu acho, porque a favela é muito maior, no meu tem essa favela aqui do lado. E funciona assim, dependendo e quem está no comando da favela, a situação é melhor ou pior do ponto de vista de segurança. Então por exemplo, agora tem um comando na favela que proibiu assalto a mão armada na vizinhança, porque eles querem vender a droga de forma livre, não querem polícia. Porque quando começa ter muito assalto, a polícia começa a

rondar muito, entendeu? Já o comando anterior, que tinha o ano passado, a ordem era: “assaltem mesmo”, então tinha assalto em carro, chegou a morrer gente, tinha assalto nas lojas, nesses pequenos comerciantes, tava um inferno, mas agora tá calmo.

- E, você já começou a me dizer, porque a pergunta é: Vocês já fizeram alguma reforma no apartamento? Então você disse que fizeram, né...
- A gente fez duas reformas. Então, a primeira foi pra mudar porque o apartamento tava inabitado, precisou mexer muita coisa. Tinha vários níveis na sala, a gente fez um nível só, a gente colocou a escada aqui, é... lá em cima a parte externa era bem maior, a gente fechou uma parte da área externa pra ficar coberta e... e assim, o acabamento, a cozinha a gente acabou ampliando, porque era uma cozinha meio dividida, ficava pequeno então a gente acabou ampliando, o quarto de empregada eram dois, a gente acabou fazendo uma dispensa e aumentando um pouco essa área pra passar roupa, sabe? Porque como eu te disse, a parte de baixo é igual ao tipo, então a parte de serviço ela é pequena pro tamanho do apartamento teoricamente, né.
- Faz sentido, uhum.
- Então a gente teve que ajustar algumas coisas, então a gente realmente fez uma reforma. Isso foi em 2000 que começou a reforma, demorou mais ou menos uns seis meses. Essa reforma agora, que eu fiz o ano passado, foi porque o meu filho mais velho foi morar fora, sozinho, e a Isadora dividia um quarto, as duas meninas dividiam um quarto, então quando o Rafael saiu, eu coloquei a Isadora no quarto dele, e a Marina ficou com o quarto maior que seria o de casal do tipo, sabe? E aí eu fiz algumas coisas, eu fechei aqui, fiz um armário ali de baixo, de reforma mesmo era pouca coisa, mais eu pinteí a casa, e o que eu fiz nessa última vez foi mais decoração.
- Uhum.
- Porque até então eu não tinha um projeto de decoração. A gente tinha juntado duas famílias, tinha várias coisas do Flávio, várias coisas minhas, a gente montou assim o apartamento, e aí agora eu quis, com a saída do Rafael, arrumar o quartinho da Isadora, o banheiro dele era antigo, muito azul marinho... então eu fiz um banheiro branquinho e foi o que a gente reformou. De reforma, assim de quebrar, essas coisas, foi isso, agora o resto mais, foi decoração mesmo.
- E vocês chegaram a contratar um profissional?
- Pra decoração eu contratei, uma profissional, contratei. Eu contratei uma profissional, foi a primeira vez que eu contratei, o nome dela é Vânia Garcia, e ela ajudou na decoração. E assim, a decoração, eu sempre tive um pouco de dificuldade de aceitar um profissional de decoração porque eu acho que muitos profissionais impõem, né, um pouco a... um pouco ou muito, né,
- Uhum.
- O estilo deles, o gosto deles, e as coisas pra comprar. E eu acho que a Vânia, ela respeita aquilo que o dono quer, e aí dentro disso, ela sugere. Ela entende e não interfere nesse sentido, porque se não, teria bastante dificuldade, né...
- Então vocês não tiveram nenhum atrito ou discordância? Como foi esse processo?
- Ah, eu falei pra ela o que eu gostava, mais ou menos o tipo das coisas que eu gostava, ela entendeu a... a minha concepção assim, do que eu queria, e... e eu gosto muito do gosto dela, então por exemplo,
- Como que você chegou nela? Como que você descobriu ela?
- Porque é assim, eu tinha algumas pessoas na família que tinham trabalhado com ela. E ela era um preço legal, acessível, pra mim, e eu já tinha essas

- referencias na família. E são pessoas também como eu, que tem um limite, assim, não é estratosférica, a questão da decoração, né.
- Uhum.
 - Então pelo perfil que eu já tina conhecido nas outras casas, que eram casas até mais simples que a minha, ela tinha feito uma coisa bacana, eu tinha gostado, e gostado do gosto dela. E as pessoas diziam isso pra mim, que ela respeitava bastante o gosto e o desejo dos clientes, compreendia, não forçava a barra, né, então... tinha isso. Quer dizer, eu achei que isso podia combinar. E acho que ela entendeu, mesmo, por exemplo, esse mapa de São Paulo, ela trouxe pra mim, eu fiquei enlouquecida com esse mapa, porque eu gosto muito de sustentabilidade, eu sou muito assim, enraizada né, no local, então eu gostei desse trabalho de arte. Então ela tinha sacado realmente mais ou menos como eu era, né.
 - Vocês aproveitaram coisas que vocês já tinham?
 - Sim. A gente aproveitou bastante coisa. Algumas não, ela me mostrou o seguinte, que era mais caro reformar, do que talvez adquirir um novo. Então algumas coisas, como eu ainda falei: “olha, eu quero pegar a liquidação do D&D”, então assim, realmente, tinha coisas que era assim o dobro reformar, não compensava, sabe. E assim, eram coisas de casamento antigo, eu falei: “quer saber...”, eu sou muito de aproveitar, eu detesto onerar lixo, essas coisas. Primeiro porque o preço de muita coisa realmente valia a pena, e segundo, que eram coisas que a gente trazia de outro casamento, então... vamos renovar, né, vamos renovar um pouco. Uma coisa mais minha e do Flavio, porque a gente tinha trazido tudo do passado, e tinha estórias de morte, vamos renovar. Então aquilo que não valia a pena a gente renovou. E o que valia a pena a gente manteve, sabe? Porque tem peças que a gente gostava, mesmo, né?
 - É. O que, por exemplo, vocês mantiveram? Quadros...
 - Quadros eu já tinha. A única coisa que eu não tinha que tá pendurado é esse mapa, mas esse quadro eu já tinha, todos os outros quadros, porque a gente gosta de quadro.
 - E então pelo que eu pude perceber, você é a que cuidou e cuida da coisa da decoração da casa aqui, é isso mesmo ou o seu marido participa?
 - Sou cem por cento eu. Ele não gosta desse tipo de assunto, acha chato, é tudo eu.
 - Tá. E como que se dá a distribuição das pessoas na casa ao longo do dia? Em termos de uso e ocupação dos espaços, em que cômodo da casa os moradores permanecem mais tempo juntos? Em que momento do dia vocês convivem mais e aonde na casa isso acontece?
 - Olha, o momento que a gente mais convive junto é o momento do jantar. Porque de manhã, todo mundo acorda cedo e sai. Todo mundo, os cinco. Eu que tô trabalhando aqui que não, mais eu acordo cedo também, eu vou levar na escola, volto, mas todo mundo sai, aí a casa fica vazia. Aí na hora do almoço volta a Marina pra almoçar e eu, só. O Leonardo não volta, e a Isadora também não porque ela estuda período integral, só volta na quarta-feira. Então o horário que a gente realmente se encontra os cinco, é no horário do jantar. Então o lugar que a gente mais está junto, é nessa sala e nessa sala [sala de estar/visitas e a de jantar]. Antes, não tinha a televisão, que foi até uma das coisas que eu pedi pra Vânia, a gente não tinha televisão aqui, só em cima, então essa sala não era usada, ninguém ficava nessa sala. A partir do momento que a gente fez a estante e a televisão, então é um ponto de reunião. Porque é reunião que eu queria. Eu falei: “eu quero usar mais essa sala, eu quero que as pessoas vão pro

- fundo da sala” porque as pessoas ficavam aqui, por causa do piano, ninguém ia pro fundo da sala.
- Algum de vocês toca?
 - O Flavio toca. E agora a Isadora quer aprender. Então ele toca piano, e por isso que tem o piano aí. Então, foi isso que eu pedi pra ela. E ela falou: “então eu já sei, você tem que por uma televisão e fazer a sua reunião aqui. E a televisão de cima ficou uma segunda televisão. Lá era a única televisão. Então ficava uma parte de gente em cima, e uma parte de gente em baixo, agora não, a gente fica aqui. Depois que reúne, que tá no horário de dormir, eu vou botar a Isadora pra dormir, aí cada um se recolhe mais ou menos. Mais cada um tem um quarto, e... mais eles saem, vem pra cá, né...
 - E vocês recebem visitas com que frequência?
 - Então, eu gosto muito de receber visita.
 - E vocês arrumam a casa de alguma maneira especial pra receber visitas ou é mais ou menos como tá?
 - Não, é como tá. Mas assim, eu compro flores, se eu vou receber, e aí... por exemplo, eu dou uma passada na casa e algumas coisas que estão fora do lugar eu ponho no lugar... mas é só. Exatamente do jeito que tá, não muda nada não... eu só organizo um pouco se tiver coisas fora do lugar e dou uma enfeitada. Então é isso, e eu fico muito no escritório, que eu trabalho em casa. Eu fico bastante no escritório.
 - E com que frequência, vocês recebem visitas?
 - Ah, desculpa. Olha, a gente recebe, não é tanto assim, mais assim, atualmente é nada, porque eu tô sem empregada a noite, eu não consigo receber. Nem sair.
 - Ah, então não é uma opção não ter empregada que dorme, vocês estão procurando? É porque tem gente que não gosta de ter empregada que dorme...
 - Não, olha, eu tinha empregada pra dormir, isso a um tempo atrás, aí ela foi embora, ela trabalhava há muitos anos, aí eu desisti de ter empregada pra dormir, procuro uma empregada que trabalha das cinco `as dez da noite. Porque a que trabalha de dia, que é a Ana, que cê conheceu, ela é ótima. Então eu tenho uma diarista e ela, e mais nada. Só que ela vai embora `as cinco horas. E aí chega as cinco e eu fico sem ninguém. Então, ao invés de eu contratar mais uma empregada que fique o dia inteiro e durma, eu precisava de uma empregada que me cobrisse o horário do jantar, vamos dizer assim, entendeu? Porque `as vezes eu saio, eu trabalho, atualmente eu nem tô conseguindo sair com o Flavio por conta disso, porque a gente tem a Isadora que é pequena. Então, eu tinha uma moça, que trabalhava das cinco `as dez. Mas eu não tenho nada contra que durma, na verdade.
 - Tá. E aí no caso isso acaba atrapalhando um pouco o receber...
 - Acaba. Acaba, mas se fosse normal, se eu tivesse com empregada, acredito que eu receberia assim, gente duas vezes por mês... pra jantar, ou pra vim aqui... agora as crianças trazem mais, né. Eu faço muita coisa pra Isadora, pra trazer amiguinha... hoje a Marina veio com cinco amigos aqui almoçar... isso rola, eu gosto da casa aberta, da casa cheia, eu não sou aquela que não quer visita, acha difícil, eu não acho difícil, acho bacana, acho legal, acho que é pra isso.
 - E tem um lugar da casa onde você gosta de ficar mais?
 - Eu?
 - É. E porque?
 - Eu não sou assim de sentar, e ficar num lugar... lendo, tal... eu não tenho assim uma preferência, não...
 - Você acha importante decorar a casa?

- Ah, eu acho... sabe, a minha concepção é a seguinte: eu acho que a casa, eu sou muito caseira, meu marido também, né, então não é que a gente tá na rua o tempo todo, a gente gosta de ficar em casa, de comer em casa, fim de semana também, e tal. Então, eu acho que a casa tem que ser um lugar agradável, confortável, né, então eu acho que a decoração também é pra ser confortável e agradável, não é só o fato de decorar, sabe?
- Uhum.
- Mas eu acho por exemplo, uma cortina algo super confortável. Então eu acho que uma casa decorada, não to falando de luxo, nada disso, acho que é um prazer. Cê ter uma casa limpa, gostosa, decorada, confortável, que cê se sinta bem, que cê receba as pessoas... sabe? Acho que não precisa ser nada, assim de mais, e tal, o que precisa, acho é estar arrumadinha, eu acho que casa que cê chega que cada móvel é de um jeito, cada tecido é de um jeito, que a pessoa não tá nem aí é uma... eu acho muito mais agradável quando cê chega e é bonito, que combina, é harmonioso, porque, cor, traz harmonia, traz paz, sabe assim?
- Uhum.
- E assim a combinação dos tecidos, a combinação da parede, eu acho que isso tudo ajuda, né.
- Uhum. E tem algum cômodo da casa, algum espaço, que você cuida mais da decoração?
- Que eu cuide mais... uhum... acho que não, acho que eu cuido de tudo, desde o quarto das meninas, eu sempre entro, sempre ponho as coisas assim no lugar, eu acho que não... acho que tudo eu gosto de cuidar...
- Quando você vai comprar alguma coisa pra sua casa o que te orienta? O que orienta as suas escolhas? E com que frequência você troca a decoração da casa?
- Na verdade, essa é a segunda vez né, porque quando a gente mudou, eu, por exemplo, a gente só usou os móveis que tinha, não comprou nada novo, mais eu troquei tecido, quando a gente mudou. E agora eu troquei alguns móveis, troquei tecido, tal. Foi depois de nove anos, né.
- E foi a decorado que sugeriu as lojas, sugeriu?
- Ela orientou as lojas, algumas eu gostava, eu fui...
- As peças ela também sugeriu?
- É, por exemplo, essa peça aqui, eu entrei na loja, vi e gostei, não foi ela que achou. Então eu saía pra procurar. Aquela por exemplo foi ela que sugeriu, mas ela sabia que tinha tudo a ver comigo, entendeu? Então assim, algumas coisas ela sugeria e eu ia olhar, sempre ia olhar, sempre procurava... um preço mais barato também, eu já não ia comprando assim de cara, então eu andei bastante. Eu por exemplo, que fui muito no D&D, depois ela foi nas lojas que eu indiquei.
- Ah, vocês não foram juntas?
- Não. Algumas coisas ela, por exemplo, mandava foto pela internet, de móvel “x” que ela tinha visto, mas a maioria fui eu que escolhi. Os tecidos ela sugeriu. Tecido eu não tinha muita paciência de ficar procurando, que são muitas opções, ela já conhecia as lojas, já conhecia os tecidos, ela me chamava, dava algumas opções, e eu gostava do tecido, e eu escolhia. O quarto das crianças ela escolheu junto com elas, sugeriu como seria, eu achei muito legal...
- Você lê essas revistas de decoração de interiores?
- Eu gosto bastante de ler.
- Quais você gosta?
- Ah, eu não leio muitas, mas acho que a que talvez eu mais lia era a Casa Claudia, aquela... é...

- Você não assina nenhuma?
- Não, não assino.
- Mas de vez em quando...
- De vez em quando eu compro, porque, por exemplo, se eu vou pra praia, e eu quero uma revista pra descansar, e ler, é essa revista que eu compro, de casa. Eu não compro... Caras, não compro... a minha revista pra... é um descanso, assim eu ler uma revista de decoração, mesmo que eu não esteja procurando, eu curto ver, curto ver as cores, curto ver o... qual que é... o que que tá acontecendo assim no momento, entendeu? Quais são as idéias, sabe?
- Uhum.
- Como aproveitar isso, como aproveitar aquilo... eu adoro ler revista de decoração.
- Entendi. É... e você é capaz de reconhecer as lojas, as marcas, ou os designers dos móveis ou objetos? Se sim, como?
- Designers não. Eu não conheço assim designers pra falar ah, isso é do designer tal. Mas... alguns móveis se você perguntasse de que lojas poderiam ser, acho que eu poderia chutar umas três, assim... o estilo do móvel, né, ou o estilo do tecido... talvez eu poderia chutar.
- E aonde você comprou os seus móveis? Você sabe mais ou menos me dizer o nome das lojas?
- Essa mesa, eu comprei numa loja chamada *Gallery* [Móveis]. Aqueles dois sofás eu comprei numa loja chamada Dpot, o sofá lá de cima eu comprei na *Gallery* também... Essa daqui, essa cadeira que a gente tá eu não me lembro... mas os tecidos eu comprei na Maison, os tecidos da sala.
- E a mesa da sala de jantar...
- A mesa eu já tinha, as cadeiras também, só troquei o tecido...
- As luminárias...
- Tá. Essas duas luminárias eu comprei naquela loja da [Av.] Juscelino [Kubitscheck]... chama... Lustreco. Esse mapa eu comprei na Benedixt...
- E algum dos seus móveis foi herdado?
- Ó, por exemplo, aquela cadeirinha que tá lá, era a cadeirinha da sala de jantar da minha mãe. Que mais... porque a gente tem... eu e o Flavio nós temos os pais vivos, né, e de avós eu não tenho nada. Quem tem são meus pais. Mas aquela cadeirinha minha mãe deu, tenho três cadeirinhas daquela. Acho que o resto é nosso mesmo, que veio da gente. O que foi adquirido junto, o que era do Flavio, o que era meu.
- Você saberia me dizer qual é o estilo dos seus móveis? Tem um estilo que você mais gosta?
- Então, eu gosto do clássico, gosto do moderno, e gosto do rústico. Acho que é uma mescla, mas acho que eu tenho assim talvez um estilo mais contemporâneo, mas é um contemporâneo às vezes rústico, às vezes... eu não tenho móveis antigos, assim clássicos, cê pode ver que os desenhos são mais modernos, mas eu acho que lá em cima por exemplo onde é a entrada do lavabo é um móvel mais clássico, mas eu acho que o que eu tenho mais é mais estilo moderno, vamos dizer assim.
- Está terminando, Vivian.
- Não tem problema...
- Quais são os móveis ou objetos da sua casa que você mais gosta? Quais são mais importantes pra você e porquê? Eles tem alguma história ou significado especial?
- Então, os objetos acho que tem mais significado do que móveis. De ser de lembrança, de ser de alguém que deu, ou de que eu comprei num determinado

momento... assim eu tenho muitos objetos pequenos que significam muito pra mim, né? Agora por exemplo, essa mesa, eu adoro essa mesa aqui, mais assim, nada que, por exemplo, aquele que o meu irmão me deu acho que tem mais significado.

- E o que você mais valoriza no seu ambiente de moradia, eu vou citar pra você uma lista de uns oito itens e se você puder por favor me indicar uns três mais importantes: claridade; praticidade; harmonia e conforto; amplitude e espaço; sobriedade e descrição; silêncio e calma; limpeza; segurança, ou algum outro?
- Então, acho que harmonia e conforto, praticidade, e... então, claridade, pra mim não é importante, mas é importante bater sol, cê não tem isso daí. Sem um lugar que bata sol, porque eu acho que isso é fundamental pra saúde, pra ser um ambiente quentinho, né, quando tá frio... então acho que sol é fundamental, e ventilação. Não faço questão da amplitude, segurança acho que é importante, por isso que eu não moro numa casa, porque eu adoraria morar numa casa, então acho que segurança é um item importante, e o penúltimo que você falou era...
- Limpeza.
- É, limpeza... é, eu sou... nossa, eu tenho... realmente tem que estar limpinho, isso pra mim é fundamental. Mas acho que os três mais importantes é o conforto, a harmonia, essa coisa do sol, de ser ensolarado e ventilado.
- E em algumas palavras Vivian, o que a sua casa significa pra você? Qual a importância da sua casa?
- Olha, a minha casa é muito importante. Não é a questão de ser própria ou não, poderia ser uma casa alugada mas é a sua casa, né. Mas... pra mim é muito importante o lar, é onde a gente tá é onde a gente convive com a família, eu sou muito família, eu sou muito mãe, cê você olhar assim, eu tenho muito porta-retrato, eu tenho muito retrato, eu curto isso, sabe, eu curto todos aqui dentro se sentirem bem, se sentirem bem no seu quatro, ter o conforto, a segurança, como se fosse um ninho, assim, sabe? Mas que eles tivessem prazer de vir pra casa... e eu, curto muito poder estar com eles, com a minha família, com meu marido, poder estar aqui no fim de semana... confortável... então acho que tem um significado grande a casa, eu sou bem apegada `a família e aí eu acho que a casa tem a ver, né, nesse sentido.
- Tá bom, era isso, muito obrigada Vivian.

Entrevista com: Marcelo Rosenbaum - Designer

Local: em seu escritório, chamado Rosenbaum Design, no bairro de Pinheiros, São Paulo.

- Vinte de março, entrevista com Marcelo Rosenbaum, na Rosenbaum Design. Bom Marcelo...
- Em Pinheiros, São Paulo [risos].
- [risos] Isso, Pinheiros, São Paulo, 2009.
- 2009 menina, brincadeira.
- Bom, primeiro eu gostaria que você me contasse um pouco, Marcelo...
- Tá, eu nasci em São Paulo. Fui criado em Santo André, minha família é de Santo André, ABC Paulista, com uma característica bem própria né, o que o ABC significa, uma cidade, era uma cidade praticamente dormitório, onde as pessoas consumiam, quem tinha um nível social um pouco maior, consumiam tudo por São Paulo, freqüentavam bares e boates em São Paulo, e dormiam em Santo André. E essa é meio uma realidade da onde eu presenciei, eu venho de uma família burguesa, né, do ABC Paulista, então eu fiz faculdade em São Paulo, freqüentava boates em São Paulo, e, fui crescendo nesse processo. E uma, uma cidade onde as pessoas do nível burguês, assim né, do nível social das escolas particulares, tudo, eram pessoas emergentes, né,
- Que escola que era?
- Eu estudei no Osvaldo Aranha, um colégio judaico do ABC primeiro, e depois no singular, que era um colégio do Ângulo,
- E a faculdade?
- Faculdade eu fiz Belas Artes em São Paulo. E aí os amigos, assim, a característica da família do ABC assim, é o pai que era torneiro mecânico das oficinas acabaram virando metalúrgicos, ganharam muito dinheiro numa certa época, e viraram... a burguesia do ABC. Mais ou menos é feito por esse, por esse formato assim né... de familiar, ou o profissional liberal, os advogados, os engenheiros, ou esses, essa mão de obra, que através do trabalho conquistaram um campo e muito dinheiro também. E aí eu comecei a trabalhar muito cedo, no meu primeiro ano de faculdade eu já comecei a trabalhar fazendo lojas. A primeira loja eu fiz pro primeiro shopping do ABC, que era em São Bernardo, pra mãe de uma ex-namorada minha. Era uma multi-marca. A época dos anos 80 era a época das multi-marcas, então as multi-marcas era assim, a Fórum, a Zoomp, a Triton, a Vide Bula, essas marcas não tinham lojas próprias, e eram tudo multi-marcas. E eu comecei a trabalhar exatamente fazendo esses trabalhos de multi-marcas então... Eram lojas jovens, modernas, que tinham um pensamento super atual, e eu comecei nessa época já no meu primeiro ano de faculdade, a fazer essas lojas, coordenar a obra, e desenvolver o mobiliário para essas marcas. Naturalmente isso foi se desdobrando, eu fui fazendo, ah, eu fiz a primeira loja em São Bernardo, aí a concorrente dessa loja em São Bernardo em Santo André me chamou para fazer em Santo André, a irmã da dona da loja de Santo André me chamou para fazer a outra loja também em Santo André, e tudo multi-marcas, badaladas.
- E por acaso isso teve a ver com contatos da colônia? Colônia judaica?
- Não... sempre fui meio afastado, a colônia judaica nunca, nunca... não tem nada a ver, ao contrário, não é nem de judeus essas lojas que eu fui fazendo, e... e daí foi acontecendo, e eu fui pegando todo esse mercado, mas eu achava, vi que era uma coisa muito limitada. Vim trabalhar num escritório de arquitetura aqui em São Paulo, isso tudo junto com a faculdade, fiquei acho que três anos, quatro

anos, no escritório que era do João Armentano, sócio ainda do Roberto Migotto, dois decoradores,, arquitetos, bem badalados, que na época não eram o que são hoje né, era um dos escritórios bons, com clientes bons, mas com bem menos destaque de mídia todo, assim, e esse é o que começou. Desde cedo, muito cedo, e nesse processo de...

- Tá, ótimo, Marcelo.
- E nesse processo de inovação né, de trabalhar sempre com design, também...
- E pulando um pouco mais pra frente, no atual momento da sua carreira, o que você pode perceber, com sua experiência trabalhando para pessoas que são consideradas parte da elite paulistana, na sua opinião, o que essas pessoas procuram, almejam, ao contratar um decorador, ou designer de interiores? Você ache que tem algo que elas procuram conseguir algo com a renovação estética do interior das suas casas trazida por um profissional?
- Não, eu acho que, a elite paulistana é muito conservadora, né, como toda elite parece, né, me soa muito conservador. E... acho difícil assim eu conseguir... eu diria mais que é...
- O que essas pessoas procuram?
- Status, né. Acho que elas procuram status né, isso com certeza. Elas procuram status, e conforme o profissional que elas acabam contratando, é um status do que elas almejam dentro do universo do que aquilo significa, né... Então hoje contratar um Isay Weinfeld não é só contratar o trabalho do Isay Weinfeld, é contratar a marca Isay Weinfeld. De repente cê nem sabe o que está por trás do trabalho desse cara que é um mestre, sabe.... ele no caso acho que ele é ainda um cara que se limita e que se posiciona de um jeito muito bom e que...
- E hoje, quando seu nome virou uma marca, quando as pessoas te contratam elas querem a marca Rosenbaum, mas quando as pessoas te contratam pra fazer um trabalho na casa delas como é, você apresenta uma proposta a partir dos seus ideais... há algumas vezes algum conflito de ideais?
- Eu tenho feito cada vez menos decoração e arquitetura de interiores. Inclusive, a princípio, o novo foco do escritório é fazer cada vez menos, ou não fazer. Fazer exatamente quando tiver, quando a pessoa procurar e, e, quiser exatamente o que a gente pensa. Então cada vez menos vai ser menos difícil, porque eu acho que a casa não em que ser imposta a nada. Naturalmente para o meu trabalho, para mim, não me interessa mais fazer uma casa. Porque fazer uma casa de uma pessoa, é entrar sim nas exigências da pessoa, é entender sim, o que a pessoa quer, é... tentar traduzir, no meu recorte né, mas no meu olhar, a necessidade dessa pessoa. Então é esse trabalho, um decorador eu acho que tem que ser um prestador de serviço. Um arquiteto, ele é um prestador de serviços, em prol da vida que a pessoa vai...
- Então você não se impõem?
- Ah, a gente tenta não se impor, mas é um trabalho imposto né, a decoração é muito difícil, eu tanto que eu acho que meus trabalhos de decoração, nunca nem tão prontos para ser fotografados, porque eu nunca chego no final, onde eu acho que ai ser perfeitamente pronto, porque aí é muito imposto, né. E eu paro. Eu não consigo me imaginar sugerindo eu, para colocar uma obra de arte na casa de um cliente, entendeu? Ou a almofada que vai colocar no sofá desse cliente.
- Você acha que essa é uma característica sua enquanto profissional, ou outros profissionais...
- Não... não... isso é uma característica minha. Tanto que eu tô caindo fora.

- Entendi. Bom, apesar de você dizer que está caindo fora, quando alguém entra em contato com você pela primeira vez quais são as primeiras informações que vc procura saber sobre o cliente?
- Ah, é olhar no olho dele, ir na casa dele, tentar olhar como ele se veste, como ele se porta, ouvir o que ele fala, e saber qual é o uso da casa dele, como que ele usa com a família, como que ele gosta de receber, ou se ele fica só em casa, ou com os filhos, ou se ele é baladeiro, se ele gosta de boates, se ele e a mulher saem e recebem muitos amigos, são elementos que vão costurando esse ser humano e vão moldando personalidades e elementos pra gente pensar e pensar no espaço, né. É assim como eu penso pra tudo, é assim como eu faço para o Lar Doce Lar [programa do Luciano Huck na Rede Globo].
- Acontece, às vezes, de algum dos seus clientes não gostarem de alguma proposta de trabalho que você apresenta?
- Claro.
- Quando isso acontece o que você faz, procura se adequar às preferências deles?
- Com certeza. Eu argumento quando eu acho que vale a pena e que ele não entendeu, e que aquilo realmente possa funcionar, mas na casa, na decoração, é muito difícil argumentar, muito difícil. Porque se você não gosta você não gosta, não tem... não tem. Mas se vale a pena... é caso a caso, né. A gente vai conversando, eu continuo argumentando, e troco. O pensamento é o mesmo, mas eu mostro outra coisa em cima daquele mesmo pensamento, dá para entender?
- Dá.
- Né, é, eu acho que, fazer uma parede pintada: Verde. “Ai, detesto verde” Mas e a parede pintada, vamos continuar com ela? “vamos”, aí a parede continua sendo pintada, entendeu? Ou então eu não pinto mas aí eu ponho papel de parede, mas a vontade de por uma textura e ressaltar aquela parede eu tento continuar.
- A meu ver pelo menos, dá para perceber uma continuidade no seu trabalho, nas coisas que você gosta, aprecia, existe uma definição do seu estilo?
- Meu estilo... eu acho meio caricato falar que o meu estilo é o estilo do cliente, meio piegas, acho que não é isso, acho que eu tenho um recorte. Eu tenho um olhar, eu acho que quando o cliente me procura, acho que ele quer que eu traduza meu olhar para a casa dessa pessoa, né.
- E o seu olhar é baseado em que referências?
- Na simplicidade, na brasilidade, no humor, no aconchego, na... o que hoje me interessa falar é de valorização a cultura popular brasileira cada vez mais... de elementos do nosso dia a dia, na simplicidade de novo falando, né. Na capacitação, na educação, na inclusão, acho que isso é o que hoje me interessa. E é isso pra onde eu quero focar e direcionar meu trabalho.
- Você já tentou inserir esses conceitos em casas de pessoas de elite?
- Com certeza.
- E qual a recepção disso?
- Minha relação com as casas é muito fora de um padrão, são muito poucas que eu fiz até hoje, são pessoas são receptivas a isso, assim, mas tem outras que não, que não quiseram isso. Mas de um jeito ou de outro eu incorporo isso com personalidade, identidade. Por exemplo, uma cliente que só usava marca, marca, marca, mas marcas realmente marcas, e eu trouxe isso pra dentro do espaço dela, então não deixa de ser um olhar simples com elementos da vida dela. Que não é uma inclusão, não é uma... um trabalho de capacitação, não é uma brasilidade, mas é uma individualidade, né, é uma percepção que eu tive

- desse ser humano, dessa pessoa, e trouxe isso para a sua casa, eu fico super feliz, a pessoa precisava de um jeito disso.
- Você tem clientes que te pedem algo definido e outro que dizem que você pode fazer o que quiser?
 - Nunca tive o que deixa fazer o que eu quiser... uma vez só... teve uma cliente que queria. Ela queria coisa bem moderna. Ela falava que velha bastava ela. Mas mesmo assim, aí com toda essa liberdade eu fiquei mais preso ainda à ela, entendeu? Porque uma pessoa de mais de sessenta anos de idade, te pedir uma coisa toda moderna isso não existe, né? Cadê a vida dela? Cadê a memória dela, né, aonde tá o ponto que vá fazer aquilo ser dela, né, e não de outro?
 - Quando vc vai comprar móveis e objetos para as casas aonde vc está trabalhando quem escolhe? Como é esse processo?
 - Ah, é difícil, né, porque... tem uma estória de confiança, né, acho que eu indico, ,as nada impede de eles me indicarem. Mas acho que quando eles procuram um profissional é para ajudar nesse processo de escolha.
 - Qual é a sua relação com as marcas e lojas de grife? Qual a importância de se ter móveis e peças de designers reconhecidos, etc?
 - Bom, na minha opinião, a marca não me interessa no sentido da marca por si só. Assim, o desenho, um objeto de design, tem vários elementos relevantes antes de ser só uma marca. Acho que o design eleva a marca, o design faz a construção de uma marca. Mas eu, eu gosto do pensamento do designer, eu me emociono com a obra, com o pensamento dela, o que aquilo, aquele móvel significa. E isso eu tenho que passar para o meu cliente.
 - Baseado na sua experiência de trabalho, vc acha que tem um espaço, um lugar, da casa com o qual as pessoas se preocupam mais com a decoração? E haveria lugares com os quais se preocupam menos nesse sentido?
 - Depende... eu acho que a sala de estar, ela se expõem. Então talvez em alguma época... eu acho que a sala de estar, porque é a onde ela [a pessoa] se apresenta, onde ela vai receber os amigos, ela vai... Se a pessoa quer ostentar, e ela quer usar isso como uma marca, é lá que ela vai investir o dinheiro dela mesmo, é lá que ela vai por as coisas mais caras. Uma sala de televisão, é um momento mais íntimo, isso eu tô falando uma casa, né, de... um nível maior né, uma elite, então a sala íntima, é a sala da família, do aconchego, da intimidade, né, é o lugar onde ela pode comer e cair o catchup no sofá, então ela quer ter um cuidado... ela pode ter um móvel mais efêmero, que possa trocar mais fácil, que o filho possa sujar o tapete... o quarto do casal de repente possa querer investir um pouco mais, a cozinha é um cômodo que acompanha muito a modernidade, então ele se renova, existem estudos, aí até para classes menos privilegiadas, que quando elas conseguem dinheiro para reforma é primeiro a cozinha, depois os banheiros, isso é muito interessante. E os banheiros são interessantes. As pessoas elas ostentam em banheiros, o mármore...
 - E essa coisa dos espaços íntimos, e os espaços públicos da casa?
 - É, tende a ter esses investimentos proporcionais à necessidade da pessoa em mostrar. Tem pessoas que não suportam o espaço público e querem ter o conforto como um todo, onde a sala de televisão é a própria sala de estar. Eu acho também que as coisas podem ser mais integradas, a gente propõem isso. A gente não divide, espaço público, espaço privado, a gente faz a casa um grande espaço. Na maioria dos nossos clientes a gente tenta incorporar os espaços, pra família ficar mais unida a maior parte do tempo, não fazer da sala de estar aquela sala fantasma, a gente tenta propor que a sala de jantar seja usada durante a semana, que os momentos de união da família sejam feitos não naquele espaço apertado, mas agradável...

- Você realmente acha que essa coisa de juntar, ampliar os espaços, tem um efeito na sociabilidade das pessoas?
- Sem dúvida, claro. É transformador. A casa é transformadora. Transforma a atitude das pessoas. A gente fez a reforma de uma casa, que era super escura, e a cliente, de um jeito ou de outro, ela era assim pra dentro, ela era toda introspectiva. A gente fez uma casa toda aberta, virada pro jardim da própria casa, pudemos todos os elementos mais claros, pra trazer mais claridade, né, a mulher é outra. Não sei se fui eu que tive mais intimidade com ela, ela acabou se desabrochando mais, mas ela mesma, eu conheço a irmã dela, ela tá uma mulher mais feliz. Mais livre, mais leve. Tenho certeza que a casa é um elemento transformador, e ele tá também totalmente relacionada às energias da pessoa, da família, da convivência.
- E você não acha que se trata de uma mistura da coisa dos móveis, dos objetos e seu design, que estão ali, com a arquitetura, que é uma questão de uma ação mais estrutural no espaço e aí essas coisas agem em conjunto?
- Com certeza. A arquitetura vem primeiro nesse caso, né. E tem casas que a arquitetura mesmo nem necessita da decoração.
- Então nesse sentido, trabalhar com um projeto para uma casa ou um apartamento, faz diferença?
- Você pode transformar bastante um apartamento, também.
- Pode? Não é um fator limitante?
- Nenhum.
- Em que bairros de São Paulo se localizam as residências dos seus clientes?
- É zona Sul, né, zona Sul. Mas espalhado, tem no Itaim, Jardins, Vila Nova Conceição...
- Você lê revistas de decoração de interiores?
- Muitas. Todas. Nacionais, importadas. Me informo muito assim, principalmente o que é para fazer, o que não é pra fazer (risos). É engraçado essa coisa do não fazer né, porque hoje... eu tava lendo uma entrevista do Tom Dixon, que é um designer fantástico, todo mundo faz designs, design tá muito democrático, tá muito falado, cê vê o mundo todo indo numa mesma direção, cê vai numa Casa Cor [feira de decoração], você vê os ambientes todos iguais, tudo parece que a mesma pessoa fez, de cabo a rabo. Então, eu acho que hoje, o que difere, os ambientes, e os objetos, eu acho que é a narrativa, entendeu? É pra quem é feito, como é feito, então são nos detalhes. Acho que a grande diferença é a narrativa.
- Você acha que as pessoas chamadas da elite comprem essas revistas?
- Acho que sim, formadores de opinião, com certeza. Uma Casa Vogue com certeza, é feita pra elite.
- Bom, era isso, chega de perguntas, Marcelo, muito obrigada.

Entrevista com Sandra Pierzchalski – Arquiteta
Local: sua residência, no bairro de Moema, São Paulo.

- Então, Sandra, eu queria primeiro entender um pouco a sua estória, como que você chegou na sua profissão, aonde você nasceu e estudou, como que aconteceu de você virar arquiteta, assim, um pouco como que essas coisas aconteceram?
- Bom, eu nasci em São Paulo, em cinquenta e oito, fiz Dante [Colégio Dante Alighieri], né, colegial, primário, tudo. Aí quando chegou naquela fase que cê tem dezoito anos, antigamente era um pouquinho diferente, que você saía da, do colegial, cê entrava na faculdade. Então desde o colegial, já do primeiro colegial eu já fui... o Dante era dividido, naquela época era assim, você já tinha que escolher, desde o primeiro colegial. Então quem fazia engenharia, fazia mecânica, quem fazia medicina fazia biológicas, quem ia fazer arquitetura já fazia decoração, então era bem específico. Bom, daí fui fazer faculdade, fiz Mackenzie, fiz FAU, entrei no Mackenzie, lá fiquei. Me formei em oitenta e hum, e daí comecei a trajetória. Trabalhei um tempo com arquitetura, depois fui trabalhar com confecção, fazia desenvolvimento de padrão e de estilo. Padrão é... fazer tecido, desenhar tecido, cor, padronagem, aí fique com isso o que, dez ou doze anos, depois voltei pra arquitetura.
- E hoje... você é autônoma?
- Sempre fui autônoma. Sempre fui autônoma, nunca... nunca trabalhei num... a não ser no estágio.
- Você tem uma pequena empresa sua.
- É, exatamente.
- E como que as pessoas chegam em você? Como que elas te conhecem?
- Ah, geralmente é indicação. Noventa e nove ponto nove por cento é indicação.
- Então... é uma rede...
- É, é uma rede. É aquilo que a gente fala que é uma caixa de ressonância. Cê faz um, daí o amigo gostou, daí o outro tá precisando, fala pro outro, aí eu fui conhecer um arquiteto, porque sai muita matéria e revista.
- Dos trabalhos seus?
- É, já saiu muita matéria, mas não é... por revista vem muito pouco. É muito assim, olha eu vou te dizer, muita gente liga perguntando, mas eu nunca consegui nada através de revista. É sempre essa coisa de indicação. Um conhece o outro, gosta, quer ver coisa que eu já fiz, vai numa casa, etc.
- Mas você acha que apesar de você não conseguir diretamente trabalhos através das revistas elas, ainda assim, são um meio importante pra divulgação do seu trabalho?
- Totalmente. É, é bem interessante, porque cê pega uma revista boa de decoração, uma Casa Vogue, uma Arquitetura & Decoração, você tem quarenta, cinquenta, mil exemplares, então um monte de pessoas vai ver.
- E talvez pra você mostrar pra clientes...
- Exatamente. Não que o cliente venha através da revista, mas quando o cliente quer ver um trabalho, é bacana ter publicado. “Ah, já saiu na revista, olha...”
- Sei, uhum. E quando alguém entra em contato com você pela primeira vez pra um projeto ou trabalho seja de reforma ou só de decoração, quais são as primeiras coisas que você procura saber do cliente?
- Não, assim, tudo depende do que o cliente quer. A gente sempre adequa, assim, o cliente chega até você e, ou ele tem um terreno, ou ele tem uma casa. Então é

um modelo de um pedido: eu tenho um terreno e quero construir uma casa aqui assim, segundo o quê? Ah, o modelo da família, quantos filhos, qual é o modo de vida... você tem que... por isso que o arquiteto fica meio sabendo o... como essa família vive, ou esse morador vive. Porque você vai ter que adequar, o espaço, a vida da pessoa. Então se você tem, vamos imaginar, um fulano que acabou de separar e vai morar num apartamento sozinho: a planta dele, e os desejos dele, são completamente diferentes do modelo de apartamento familiar. Um casal mais velho, que os filhos já cresceram, que casaram, e que estão com uma vida mais tranqüila, o modelo é diferente. Cada fase da vida, e cada cliente, tem um modo de vida, então você tem que, realmente, adequar isso. Tem um que adora um banheiro: “olha, pra mim o banheiro tem que ser a coisa mais não sei o que, não sei o que”, o outro quer o closet, o outro não, é a sala: “eu quero a sala, porque a sala pra mim...”, o outro quer a adega, tem cliente que é louco por vinho, então a adega pra ele é o ponto alto, então é isso, você tem que ter bastante conversa. Antes de você fazer o projeto você tem que conversar bastante, com o marido, com a mulher, com o cliente em si, pode ser um, dois, ou três, ou esmo se for um corporativo, você tem que saber exata... o que que você vai colocar naquele espaço.

- E... a coisa do estilo, assim, de como será a aparência do lugar, como que..., você tem uma marca? Um estilo? Como que é essa negociação com o cliente?
- Então é assim, o que acontece, você tem cliente que vai chegar pra você e vai falar assim: “olha, eu tenho um terreno em Aldeia da Serra, que eu quero fazer uma casa”, “mas olha, então, eu já vi umas duas mil revistas, mas eu quero aquela casa”, sabe aquela assim “E o vento levou”? é essa a que o cliente quer, quer dizer, aí, você tem que enxergar e falar. É uma coisa que me dou ao luxo de não fazer. Porque é uma coisa assim, arquitetura, eu acho que você faz arquitetura de dentro pra fora, não de fora pra dentro. Principalmente uma coisa de... a casa, né, que não é um museu, uma... porque às vezes você pega uma arquitetura mais de palácio, prédio administrativo, que às vezes você tem uma função naquela fachada, de mostrar alguma coisa, de ser uma coisa impactante, mas, quando você começa a fazer residências, a arquitetura vem de dentro, pra fora. Não dá pra você pegar e falar: “ah, eu quero um castelinho, assim...” e daí o quarto vai ter uma janelinha desse tamanho, então é assim, se a pessoa quem com essa idéia assim: “ai não, eu quero um neo-clássico”, então você tem que tentar convencer esta pessoa, que realmente... arquitetura é muito sensação. A sensação te dá uma, então assim, se você entra naquele espaço, isso pra qualquer pessoa, isso pode ser pra qualquer classe social, da AA até a E, quando você entra num espaço, aquele espaço te dá uma sensação. Ou de conforto, ou de... ou de liberdade, então é assim, é muito simples. Então quando você entra assim, numa arquitetura de banco, a sensação que você sente logo que você entra, aquela coisa é meio opressiva, pra você se sentir o que?, “o meu dinheiro nesse negocio aqui”, então tem que te passar uma segurança, né, uma coisa sólida, assim. Então, agora ambientes desses de casa, se você chega, e entra num ambiente que você te: pé-direito baixo, cheio de sanca, né, tem bastante sanca, aqueles montes de cortinas, as janelas pequenas, aquilo te dá uma sensação de opressão, pra qualquer pessoa que entrar. E na mesma hora, se você pega um cliente e você leva num ambiente que eles acham sempre... o pessoal que gosta muito de neoclássico: “não, porque o contemporâneo é medonho, é isso é aquilo”. Não é “o” contemporâneo, é o que a gente fala: é sempre as grandes aberturas, os grandes vãos, priorizar o que, os espaços mais abertos, pra pessoa ter essa sensação de liberdade, pro verde conseguir entrar dentro de casa, que seja arejado, circulação boa, isso, dá essa sensação de

abrigo, e da paz pra pessoa. Então muito você tem que levar a pessoa no lugar, pra pessoa sentir, ele entra e tem uma sensação física. Ele vai sentir uma sensação que é agradável, que é mais importante que uma arquitetura baseada em estilos. Porque os estilo, quando você faz uma coisa neo-clássica, uma coisa mexicana, eles foram feitos pra aquele lugar e aquela época. A tecnologia de construção era uma, os anseios daquela sociedade eram outros, então, hoje em dia as coisas mudaram, cê tem que adequar ao país. O que a gente fala é assim, uma pessoa, que não tem o referencial de olhar, isto, e isto, é muito difícil saber. Porque tudo vem com a conotação de que, “ah, isso é bacana”, isso remonta a riqueza, a status social, então às vezes o simples, ele vem e fala: “ah, é muito simplesinho...né?”, mas você tem que priorizar essa coisa de ser um país tropical, cê tem que amenizar tudo, deixar mais com a nossa cara, podemos brincar com a cor, com a cor do estofado, com as obras de arte, mas são coisas que cê tem que tentar mostrar pro seu cliente.

- Já aconteceu de você recusar um trabalho, ou um cliente porque você viu que ele não ia aceitar digamos, a sua visão?
- Não, sabe porquê? Porque eu já nem pego, sabe porquê? Porque é assim, uma vez eu fui tirar umas fotos com o meu cavalo, e o fotografo que tava, falou: “olha, eu tenho um terreno lá, e eu queria construir uma casa, e eu queria saber o que cê faz...” e não sei quê, não sei quê, não sei quê, e bom, aí ele veio me mostrar as referências. Eu falei: “olha, tudo bem, mas é que eu não sei fazer isso, é uma coisa que não adianta, eu não sei fazer”, e olha, era uma casa assim bem neo-clássica, com colunatas, escada de mármore... eu falei: “olha eu não sei fazer”, e não vai me dar prazer. Não vai me dar o mínimo prazer fazer um troço desses. Então eu acho que chega uma época na vida que cê prefere, eu prefiro não ganhar, do que fazer uma coisa que não vai me dar prazer. Porque obra, todas vão dar pepino, não existe obra que não tenha algum atropelo no meio do caminho, sempre vai existir. Então atropelo por atropela, o que for produto final, seja, é como tudo na vida, né, cê tem que fazer com muito, eu sou uma pessoa extremamente caprichosa, com as coisas que eu gosto de fazer. Então esse é o meu jeito, eu não sei se as outras pessoas são assim. Eu faço uma casa eu vou acompanhar até pregar o quadro na parede, porque os objetos que as pessoas tem, também fazem parte da arquitetura de interiores. Então eu sou completamente contra, às vezes quando você vai fazer uma obra assim, eu sempre gosto de ir na casa da pessoa... ver o que a pessoa tem... ah o que que cê tem de bacana?”, a mãe às vezes dá uma coisa de família, tem uma cômoda, ou uma garrafa, coleção de garrafa, eu não sei o que que é, cê precisa conhecer, porque aquilo, já tem que ta pensado no projeto total. Porque não adianta de repente fulano tem uma coleção de lata de cerveja. Cê tem que imaginar um lugar pra colocar aquela coleção porquê? Pra ela fazer parte de tudo aquilo e ficar bacana. Tem que destacar, porque é a maior paixão do dono da casa.
- E na sua opinião, o que as pessoas procuram, quando contratam um decorador ou um arquiteto? Porque elas contratam um profissional pra fazer aquilo que talvez, ou ao menos a princípio, elas poderiam fazer sozinhas? Quer dizer, reformar ou construir não, mas a parte de arrumar, decorar, escolher o que combina, aonde vai o que...
- Ah... é assim, é como se vestir, todo mundo se veste, não se veste? Lógico. Algumas pessoas se vestem muito bem, algumas se vestem médio, outras se vestem muito mal, né? Então, uma pessoa que se veste muito mal, alguém pega e fala: “ah, arranja uma pessoa que ela vai te dar umas dicas pra se vestir”.
- Então cê tá me dizendo que algumas pessoas tem bom gosto e outras não?

- É, isso com certeza. Absoluta. Mas então, tem pessoas, que tem uma Bossa, que não é formado nem em arquitetura, que tem uma coisa, que fala, “pô, vou colocar aquele sofá ali”, que tem noção de espaço, mas é uma coisa que já tá na pessoa, ou então a mãe é assim, mas tem essa noção tridimensional das coisas. Então ocupa muito bem os espaços. Sabe pendurar um quadro... mas é muito difícil...
- E você identifica de alguma forma as pessoas que tem essa facilidade e as que não, com a educação familiar, uma coisa meio de talvez... inclusive tradição familiar... ou classe...
- É. Com certeza, com certeza, é tudo desde criança.
- ou por outro lado pessoas que ascenderam socialmente muito rápido...
- Com certeza, é tudo que a gente fala, é tudo desde criança. É tudo que a gente fala, é tudo desde criança. Não, é? Como é que a gente fala, “é de criança que se aprende a comer”. Você fala assim: a pessoa sentou na mesa, pegou o garfo e a faca, cê já sabe tudo, não precisa conversar mais nada. Não precisa conversar de arquitetura, não precisa conversar de cultura, não precisa, pegou o garfo e a faca, acabou.
- E esse tipo de coisa aparece até na coisa da casa...
- Até na coisa da casa. Então você sabe disso, e é uma coisa que hoje em dia, assusta, a gente, essa coisa. Porque como o mundo é tudo é muito rápido, tudo é globalizado, a ascensão é rápida, né. Porque você tinha, sei lá, mais antigamente, cê tinha, as pessoas, sei lá, um médico, um advogado... então eram profissões que já te davam um status, a pessoa estudou, tinha um status, então a pessoa estudou, tinha um status, e representava aquilo, ser um médico, ser um advogado, a família, “fulana é casa com um médico”, então sempre tinha aquela, parecia uma obrigação, educar os filhos, né, os filhos tinham que estudar, o pai estudou, saber sentar `a mesa, se portar, agradecer, sabe, princípios de boa educação.
- Ler... um pouco de literatura...
- Ler, mas não tô nem chegando na parte de cultura, eu tô na parte mais, é a boa educação, de, os modos, lidar com as pessoas, são os modos, que a pessoa uma lida com a outra. Hoje em dia, você fica escandalizado, você entra nas casas, que você vai fazer uma reunião com o pai e a mãe, se tiver criança vai estar berrando, e a mãe não vai falar absolutamente nada, a maioria não vai dizer nada. E se ainda teve uma ascensão, que a pessoa era uma pessoa mais... trabalhou, trabalhou, fez uma empresa, os dois, e ficaram extremamente ricos, cê vai ter três crianças berrando dentro de casa, e quando sentou na mesa, cê fala “meu deus do céu, mas não ensinou a pobre da criança a comer?”
- Mudando um pouquinho Sandra, você sugere lojas para os seus clientes?
- Lojas? Sugiro. Assim, tem gente que adora ir em loja e tem gente que não gosta de ir em loja. Então o que que cê tem que fazer, eu peço tudo demonstração.
- A loja entrega e deixa na casa...
- É, a loja traz, você experimenta com a pessoa, se não a pessoa não sente o lugar. Porque desenhado no papel, o papel é, não é tridimensional, não tem espaço, pé-direito, então mesmo em casa de arquiteto, você pede demonstração. Você fala: “ó, eu gostei dessa luminária e de outra, vamos trazer as duas pra ver qual fica melhor aqui?”, os quadros a mesma coisa, você vai nas galerias, pega vários, e experimenta os quadros. É mais ou menos tipo roupa. Eu brinco que tem coisa em arquitetura que é um vestido de noiva, nós vamos provar e ajustar no corpo.
- Tem algumas lojas que você prefere?
- De quê, de móveis?

- É.
- Olha, eu gosto muito da antiga Forma, que agora até mudou de nome... de iluminação eu uso muito a Lumni, Dpot, agora com essa coisa assim, o shopping D&D, é uma coisa super bacana pra você levar cliente. Porque já tá todo mundo lá, você vê as coisas, aí você mescla um pouco com as coisas que o cliente tem, se o cliente tem uma coisa antiga a gente põem, ou “ah, vamos também num antiquário”, var se a gente acha uma mesa antiga... alguma coisa pra não ficar uma coisa assim, a gente brinca muito, “pra não ficar com cara de Casa Cor [feira de decoração]”. Porque a sua casa não pode ser um showroom, cê tem que poder mexer na sua casa, `as vezes você chega, e parece que assim, a dona da casa não pode mexer em nada porque... é tudo muito showroom. O quarto é um showroom, o outro é um showroom, aí se ela puser, sei lá, as trezentas mil bijuterias no banheiro, “ai, não vai poder, ficou feio”, entendeu? Então eu já prefiro fazer de um jeito que a pessoa possa mexer, interagir, muda de lá, muda de cá. Sei lá, ela tem lá um quadro horroroso, mas ela gosta tem que por lá, o que é que vai fazer? Porque é uma coisa que tem um valor sentimental, tem que por. Eu prefiro mais uma coisa de valor sentimental, porque não sou eu que vou morar lá, é ela, então precisa ter coisas de valor sentimental, que é isso que faz com que as pessoas criem estória.
- Consequentemente... se sintam bem, não é?
- Exatamente. Porque assim, eu não acho que as pessoas devam ser apegadas `as coisas, não. Mas a estória é gostoso. Que nem aquela coisa de cê pegar o álbum de fotografia e ver... gostoso isso, acho que tem que ter.
- E um pouco nesse sentido, como que é a coisa da moda pra você? As marcas, lojas de grife, mobiliário de design, qual a importância disso na sua opinião?
- Tudo depende do cliente. Eu sempre acho assim, você tem uma cadeira Barcelona, uma original, e você tem a falsa na Tok & Stock. Eu, na minha cabeça, prefiro a original, do que a falsa da Tok & Stok. É que nem você chegar e, “quero uma bolsa muito linda”, se é um objeto teu de desejo, existem objetos que são objetos de desejo. Assim, o homem gosta de quê, de relógio, carro, perfume, brinquedinhos de homem. Brinquedinho de mulher é sapato, bolsa, todas gostam. Daí eu falo: depende do teu bolso, eu sempre falo, eu prefiro, na minha via é assim: “ai, eu adoro aquela bolsa”, tudo bem, quanto custa a tal bolsa? “Ah, a bolsa custa dois mil euros”. Eu prefiro comprar a bolsa se eu tiver os dois mil euros, porque é o meu objeto de desejo, e eu vou usar por uma vida. Entre essa, e uma falsa, eu posso comprar uma outra que não é tão bonita e também é uma bolsa legal e não é tão cara. A falsa, eu sou completamente contra. Mas eu acho que na casa de pessoa, é uma coisa que cê fica, que cê passa um tempo, é uma coisa que cê trabalhou para comprar... quer dizer, até a hora que cê chega num profissional, porque se você não tem, também não tem, o cara tá lá morando dignamente, comprou uma casa, colocou uma cama, colocou outra coisa, mas chega uma hora que ele quer dar aquele *up*, e não consegue mais. Então vamos contratar um profissional pra deixar de um jeito mais bacana. Mas ele tem que pagar por isso. Então que seja uma coisa... porque a gente sempre brinca: o lugar mais bonito da casa tem que ser o quarto do pagador de contas, né? Tem um que paga as contas todas lá, não tem?
- Tem.
- Então. E geralmente ele tem um banheiro pequeno, que a mulher quer o maior.
- E você diria então que tem um espaço da casa com o qual as pessoas se preocupam mais com a questão da decoração? Ou quais? Há outros que eles se preocupam menos?
- Sempre se preocupa menos com a decoração na parte de serviços, né?

- Cozinha...
- Não, cozinha não, cozinha hoje em dia é símbolo de status.
- Então mas o que vem primeiro? A sala?
- Todos, tudo. Quer dizer, se você for... porque vamos supor, vamos fazer uma... o que o pessoal mais se preocupa em primeiro é a sala. Agora vamos pegar uma pessoa que quer fazer um projeto total, uma reforma do zero. A única coisa que ele não vai se preocupar tanto, é com a dependência de empregada e a área de serviço. Porque o resto, a preocupação é a mesmíssima. O banheiro vai ter que ser o banheiro mais bacana, um espelho maravilhoso, um revestimento bacana, os metais os mais bacanas, o quarto tem a iluminação, a televisão, o home [home theater] de ponta, o lavabo. Ainda a gente brinca e fala assim: o lavabo, é o lugar ainda que a visita mais olha, porque é o único lugar que não tem ninguém olhando [risos].
- Olha todos os detalhes, né?
- Todos.
- E como que se define o que é de bom gosto? O que que é de bom gosto e o que não é?
- Se o cara nasceu numa família que já tem assim uma tradição. A tradição que a gente fala é assim, o cara nasceu, estudou numa escola boa, a família viajou muito, desde criança ele conhecia museu, o pai prezava muito a natureza, lia muito, contava muito estória, essa pessoa, necessariamente vai ser uma pessoa de bom gosto, que desde criancinha, a pessoa tá lá, e tá vivendo aquela estória toda, o pai tá lendo, foi com todas as crianças visitar o Louvre, ou o MoMA, então é assim, uma coisa que uma hora pega.
- Você diria que as lojas tradicionais são as que tem as peças de bom gosto?
- É, sempre é assim, né, as tradicionais são as que tem as peças e mais bom gosto. Tanto que quando você quer, mandar um cliente ver coisa de bom gosto cê já manda na [Al.] Gabriel [Monteiro da Silva] e ele vai subindo, porque você vai ter a Etel Carmona, que é assim, em parte de madeira, não tem nada mais bonito, mais sofisticado, mais correto. Metade da rua tudo vem da Itália. Porque a Itália é de bom gosto? Porque tem milênios de tradição, de ser de design, de saber, é tradição.
- Eu sei que hoje tem muitas pessoas que moram sozinhas, mas quando você vai fazer um trabalho para um casal, ou uma família, qual dos dois, ou qual o membro da família costuma acompanhar os seu trabalho?
- Quem? A mulher, sempre.
- É um pouco isso aonde eu to querendo chegar, assim...
- Se for o casal, vai ser a mulher, se for um modelo família, sempre a mulher.
- Então a mulher...
- É a figura principal.
- E em que bairros de São Paulo se localizam as casas, apartamentos, que você reforma, decora...
- Ah, é sempre zona Sul, né. Eu nunca fiz nada fora da zona Sul.
- Mas também tem zona Oeste, Pacaembu...
- Isso. Não, Pacaembu é bacana, já fiz Alto de Pinheiros, já fiz Pacaembu... mas nunca fiz assim, Tatuapé... que tem um monte de coisa bacana, mas eu nunca fiz... porque o que acontece, como essas coisas são sempre um indica o outro, e você sabe, que é grande, a sociedade, mas as tribos são pequenas. Então você acaba caindo num... num... que você tá naquele lugar, naquela tribo, então...
- Então... então o que, Jardins...
- Jardins, Higienópolis, alto da Boa Vista... que é... assim, Alto da Boa Vista tem mais alemão, você conheceu um, estudou aqui, estudou ali...

- E você lê as revistas de decoração?
- Eu leio.
- Quais?
- Eu gosto da Casa Vogue, acho bárbara, e mais revistas de fora, aqui tem Casa Vogue, Arquitetura & Construção, Kaza com k é bacana... que mais que tem... tem tanta nova que saiu...
- E agora a última, qual a sua opinião sobre o gosto da elite paulistana?
- Impera o mal gosto. Muito mal gosto. Porque é aquela coisa que a gente falou, a elite paulistana é aquela assim, os que são de mais tradição, não sei que, não sei que, perde o dinheiro. Acaba perdendo e fica decadente, a maior parte é decadente. Se, a a outra geração não estudou e não deu um *imput* e, e fez coisas novas, renovou, então... não tem dinheiro. E pra fazer as coisas precisa ter dinheiro. Então o que que acontece: como a elite decaiu, outras classes tiveram ascensão, e aquele que veio, o Coreano, ele trabalha, e sabe ganhar dinheiro como ninguém. Quer dizer, é o Coreano, então ele vai fazer a casa lá do jeito... mas é uma elite em ascensão, então, o mal gosto impera. Porque o que acontece, as elites que tinham aquilo que a gente fala, o que era a tradição, o que você viajava, e que você tinha os livros, a... né, o filme, pra ver se tinha as referencias de filme, hoje em dia o pessoal põem o que, mete um tênis, e fica na internet maldita que... e nem usa pro bem, fica fazendo muita besteira, o pessoal cê vê, tem um monte de veículo super bacana, que eu acho que são esses facebook, twitter, são poucos que você tem coisas interessantes, a maioria fica jogando fazendinha. Agora, se a fazendinha te trouxe bom gosto, eu não sei, ela pode te trazer... ela não traz, né? Cê precisa começar a ver que começa a diluir as coisas, né, são poucas, então cada vez menos essa cosa do bom gosto fica concentrado na mão de poucas pessoas. Porque o fulano viaja, o mundo globaliza, vai aquele exército viajar, entra, olha, olha, olha, nem vê, né? Daí vai ali compra um pôster, uma réplica, pendura ali e vai. Porque é muita informação que ninguém consegue digerir, né?

- Regina, você poderia me dizer um pouco como foi a sua trajetória pessoal, como você virou arquiteta, como que as coisas aconteceram pra você?
- É, eu não sei como é que foi que eu decidi, eu sempre tive uma coisa assim ligada à estética, assim, da beleza, que eu gostava, eu estudava numa escola muito tradicional, naquela época fazer arquitetura era uma modernidade incrível, [risos] e, no segundo colegial eu falei não, eu vou fazer arquitetura, e... meu mundo mudou, eu mudei, outra vida, convivência, apesar de eu não ter ido pra USP porque a USP a minha mãe achava que era lugar de comunistas, naquela época, aí eu fui fazer Mackenzie, arquitetura, aí foi e... e adorei, e... só que, casei muito cedo, casei ainda tava na faculdade, eu já trabalhava, eu trabalho desde os dezenove anos, trabalhava já num escritório de arquitetura que eu era assim... meio, sócia, lá. Aí eu casei, continuei trabalhando lá, engravidei, trabalhando nesse escritório, e meu marido que tinha uma loja de tecido e decoração, naquela época tava surgindo a Tok & Stok, essas lojas, e ele queria fazer uma linha mais jovem, que ele tinha uma firma que era dos pais dele muito tradicional, que era a Formatex. Aí ele fez essa proposta de abrir uma outra loja, que era naquele tempo a Quarto, Sala e Cia. Aí naquele tempo comecei a trabalhar, comecei a fazer desenvolvimento de estamparia, e desenvolvimento de produtos, e... Quarto, Sala era uma loja muito jovem, a gente fazia estampas com artistas plásticos, era muito divertido, a gente fazia vitrines temáticas, isso foi o ano que a minha filha nasceu, foi mil novecentos e setenta e nove... então era uma loja muito moderna, tinha estampa de galinha, tinha estampa de... de coca-cola, tinha estampa suja, já, que um amigo arquiteto fez, tinha estampa do Marco Mariutti, do Gregório, do Peticov... sabe? Era muito gostoso o que a gente fazia, era alegre jovem. Depois de cinco anos da Quarto, Sala, que tava indo bem, assim, ela ia muito bem, do ponto de vista de marketing, estratégia, do ponto de vista de vendas, pra Formatex significava dez, vinte, por cento das vendas. Cinco anos depois, ele falou olha, agora eu quero que você faça a criação na Formatex também. Então eu comecei a me dividir, Quarto, Sala – Formatex – Quarto, Sala – Formatex, e aí em mil novecentos e noventa, que subiu o Collor, né, não foi? Ele... resolveu fechar a Quarto, Sala, porque não tinha dinheiro pra pagar nem aluguel, né, porque tirou o dinheiro de todo mundo, e nesses cinco anos eu fiquei meio dividida entre as duas marcas, porque acabou a Quarto, Sala envelhecendo, e a Formatex rejuvenescendo, assim, a gente fez uma... aí acabou a Quarto, Sala e eu fiquei na Formatex. Aí foi passando esses anos e eu fui passando de desenvolvedor de estampas pra criadora de... desenvolvimento de produtos como móveis, poltronas, almofadas, eu fazia as vitrines, aí ele falou, agora você é a agência de publicidade, eu fazia os anúncios, as campanhas, os catálogos, os layouts das lojas, aí começamos a abrir muitas lojas, então eu fazia o layout das lojas, fazia o projeto de algumas lojas...
- Nessa época você fazia casas? Interiores de casas?
- Não, aí meio que larguei a arquitetura e só fazia na Formatex. Era muito trabalho né, então... eu fazia algum projeto de alguma loja, o interior de todas, layout, toda vez que trocava tudo nas lojas eu que fazia, as vitrines, as campanhas publicitárias, os anúncios, fotos, tudo. Eu escolhia desde o nome do mostruário até o tamanho, a ordem que estariam os tecidos, era bastante coisa

que eu fazia, era diretora de criação. Aí há uns... começou no final, que eu não estava mais muito feliz que eu não tava muito contente com os rumos que a Formatex tava indo, tava me tirando do que eu era competente, e eu não tava feliz. E... um pouco antes da Formatex fechar, eu saí, fiquei muito assim... nossa, vinte e oito anos eu fiquei lá, aí eu falei nossa, o que que eu vou fazer da vida, né, e eu tenho uma grande amigo que é um arquiteto, que é o Marcio Kogan, ele falou, vem aqui pro escritório, vamos fazer uma reciclagem, então eu aprendi a mexer em AutoCAD [programa de computador específico de arquitetura] que nem em AutoCAD eu mexia, e comecei a... voltei a ser arquiteta.

- Entendi.
- Mas como eu tenho assim uma... estrutura pequenininha eu faço mais reformas, eu faço mais decoração, faço interiores... Já construí casas, mas poucas. E até hoje o Marcio me passa projetos, assim e interiores, porque ele tá tão... ele tá tão bem né, o Marcio que ele se dá ao luxo de escolher o que ele quer fazer e o que ele não quer fazer. Então... por exemplo, ele não pega mais reformas, ele não pega decoração... então quando aparece clientes assim ele passa pra mim. Ele só faz decoração do projeto dele, e não faz mais reforma. Então quando tem coisa assim ele me passa, e tem sido muito bom pra mim.
- Isso que você tá falando leva um pouco à próxima pergunta, que é como que as pessoas chegam a você? Como elas te conhecem?
- Olha, basicamente é o boca boca. Eu já tive projeto que saiu em revista, em Casa Claudia, e... não funcionou muito, o melhor é a recomendação. É tipo médico, o melhor é o boca boca mesmo.
- E essa coisa das revistas, você acha que elas ajudam de alguma forma no seu trabalho?
- Eu acho que ajuda assim... acho que fica um residual na pessoa, “ah, já ouvi falar”, “ah, já vi...”, mas não é que a pessoa olha e me liga. Mas fica, eu acho que fica uma coisa assim, “ah, já te vi na revista”.
- E você usa a revista pra mostrar trabalhos seus para os clientes?
- Essa semana que passou por exemplo, eu mandei. Eu acho que eu tenho que ter o meu site que eu não tenho ainda, o Marcio fica até me cobrando, e então eu mandei a revista pelo computador pra ele, mandei fotos, então eu acho que é bom. Tem gente que dá muita importância a isso, de que saiu na revista, de que saiu ali, de que saiu aqui.
- Quando alguém entra em contato com você pela primeira vez, pra um projeto de decoração, ou reforma, enfim, quais são as primeiras informações que você procura saber?
- Eu procuro saber... por exemplo, primeiro conhecer aonde ela já mora, e como é... tentar sentir o que ela gosta, o que é difícil, porque geralmente as pessoas nem sabem o que gostam ou o que não gostam. Depois... peço pra saber como que funciona a família, que tipo de vida têm, se eles põem televisão na sala, se eles querem o escritório, tem que saber como é a funcionalidade da casa, né, quantos filhos tem, se os filhos trabalham, estudam em casa, se ela trabalha em casa, se ela não trabalha... sabe? É isso tudo.... eu te falei, né? Eu tive um cliente ortodoxo [judeu] que a única preocupação era a cozinha... a outra não tá nem aí pra cozinha mas quer um quarto não sei o que... quer dizer, cada um tem uns sonhos, né? O mais importante é que as pessoas tem sonhos, e querem que a gente realize esses sonhos, o que é difícil, né? Que a gente tem que entender. Eu acho que no fundo a gente acaba virando um pouco psicólogo também.

- E depois, quando vocês já decidiram que você vai fazer um trabalho na casa da pessoa, como que vocês decidem o conceito? O estilo? Você tem o seu próprio estilo? Como que vocês negociam isso?
- Eu não tenho assim um estilo... eu nem gosto de ter um estilo fechado. Eu gosto... eu sempre falo, “olha, o meu estilo é gostoso”, eu gosto de fazer casa aconchegante, gostosa, eu acho que toda casa conta a estória da sua vida, então, lógico, com uma certa harmonia. Então se você tem a cômoda da sua avó, o quadro assim, vamos tentar colocar tudo, eu não acho que tem que jogar tudo fora e colocar tudo novo, né? Eu falo assim, tudo novinho tem dois casos: cê acabou de casar, então é uma vida nova, ou cê acabou de separar e sua mulher levou tudo [risos], né? Agora do resto cê tem que ter uma estória de vida assim... seus livros, suas fotos, seus quadros, aí a gente tem que ir tentando encaixar né, porque aí também tem coisas que não dá.
- E na sua opinião Regina, o que as pessoas procuram quando elas contratam um decorador, ou um arquiteto de interiores? Assim, pode parecer meio boba essa pergunta mas é um pouco assim, porque será que elas contratam um profissional pra fazer uma coisa que é isso de arrumar a casa que, pelo menos em tese, elas podem fazer elas mesmas?
- É, então, primeiro acho que porque elas tem um sonho. E depois, porque elas se sentem seguras. Eu sempre dou um exemplo assim, por exemplo, cê vai comprar uma roupa, você veste a roupa, você se olha no espelho, e você vira pra vendedora e fala assim: “você acha que ficou bom?” Cê tá se olhando no espelho, aí a vendedora vai falar: “tá lindo”, então cê imagina a pessoa que quer colocar uma poltrona na sala, um sofá na sala, aquilo vira um monstro pra ela, né? `as vezes que... ela não tem a menor idéia de como aquilo vai ficar, e, e... precisa de alguém para dizer: “pode colocar”. A maioria das pessoas querem., realizar um sonho, e se sentir seguras. Então o que eu sinto mais é que a gente tem que chegar para a pessoa e falar: “pode colocar que vai ficar bom”, “eu tenho certeza que se você fizer assim vai ficar bom”. [e elas dizem] “Ah, então tá bom”, elas querem se sentir seguras. Por isso que eu acho que arquiteto é assim um pouco como médico, cê tem que confiar na pessoa, e tem que bater, se não bater não vai dar certo.
- Acontece `as vezes dos seus clientes não gostarem de alguma proposta ou algo que você apresenta pra eles?
- Já aconteceu, geralmente nessa fase inicial assim, “ah... eu queria ver o que que cê já fez...”, “qual o seu estilo...”, aí eu falo: “ah, não tenho muito estilo, vamos olhar o que que cê gosta e eu meio que adapto”, né, então muitas vezes as pessoas vão olhar o que eu já fiz e falam: “ah, não é bem o que eu queria...”, muitas vezes já aconteceu. Agora, no meio do caminho assim, nunca aconteceu.
- Você vai com os clientes comprar os móveis e objetos?
- Vou.
- É você quem escolhe as lojas e indica pra eles ou eles também opinam?
- Geralmente eu indico mas sou aberta também a indicação, “ah, mas eu quero lá...”. Por exemplo, agora eu tô fazendo um apartamento em Higienópolis que todos os móveis são do amigo do genro, sabe essas coisas assim? Tem uma... “ah, pode usar o marceneiro do meu primo que eu sei que ele é muito barato...?”, eu falei “vamos usar”, mas eu sempre coloco: “olha, os fornecedores que eu não indico eu também não me responsabilizo”.
- E a coisa mais dos móveis, dos objetos...
- Eu vou junto.
- Nas lojas que você acha que...
- Ou nas que eles querem ir, também sou aberta.

- E qual a sua relação com a coisa da moda, das marcas, e das lojas de grife? Qual a importância na sua opinião de se ter peças de design assinadas, ou essa coisa de marcas consideradas prestigiosas?
- Tem gente que gosta e que acha muito importante e tem gente que acha que vai ser explorada. Eu, pessoalmente, gosto de design, sabe, mas isso é uma coisa muito sutil, tem que ver a importância que cada um dá a isso dentro de casa. Tem gente que adora arte e design então ela vai investir dinheiro nisso porque ela quer isso dentro de casa. Tem gente que não dá a mínima bola mas ela quer investir na melhor televisão, no melhor DVD, no melhor não sei quê, tem gente que não dá bola pra nada disso, mas quer o maior sofá possível porque quer botar a família inteira no sofá. Então a gente tem que ir... dançando conforme a música. Inclusive tem umas pessoas que se a gente começa a sugerir só essas coisas de grife, assim muito... elas acham que a gente quer explorar, elas, sabe? E não é bem assim não, então, a gente tem que sentir um pouco... o que cada um quer.
- E... ah, bom, é que você já respondeu isso.
- Qual que era?
- E os seus clientes, eles se importam com a moda? Porque eu tava perguntando a sua opinião, aí depois a deles...
- Então, é, a moda, hoje em dia na decoração, ela acompanha mesmo a moda, mas ainda é um pouco... menos mudanças do que a moda mesmo [de vestuário], é... é muito angustiante você colocar um sofá que daqui há um ano ele tá obsoleto. Então a moda, a decoração, evoluiu, mudou, eu acho que assim como a moda [de vestuário] tá mais aberta. Antigamente você fazia uma decoração Art Déco era tudo Art Déco, era sofá Art Déco, era cômoda, era não sei quê... então era fechado assim... aí eu falo que isso parece a casa do Mickey né, o chapéu do Mickey [Mouse], a cama do Mickey [Mouse], não sei quê, então... essa, abertura, de você fazer uma mistura de elementos e estilos, que é bom, mas é difícil também. Muito mais fácil você falar: “ah, vamos botar tudo Art Déco” [risos] né, então, dá uma flexibilidade maior mas é mais difícil, porque tem que ter uma harmonia. Essas casas temáticas é chato, não tem mais isso hoje, a casa minimalista, é chato também, é frio, cê não consegue sentar... uma vez uma prima minha fez um sofá moderno, desses da Monte Napoleone [loja], sofá italiano, veio da Itália, o tecido não sei quê... aí ela chegou em casa, me ligou e falou: “Regina, a gente não consegue sentar no sofá”, porque esses sofás italianos cê senta assim [faz uma posição meio esticada] sabe? [risos] Aí ela ligou na loja, a mulher da loja fala: “ah mas esse sofá é sofá pra gente jovem”, ainda ofendeu ela, né?
- É
- É que são esses sofás bem baixinhos, então fica todo mundo sentado no chão. Agora, cê tem que falar, cê quer um sofá bonito, ou cê quer um sofá confortável? Também tem isso né... porque é bonito, mas não é confortável. Você tem que dizer logo, mas se a pessoa não se importa...
- E baseada na sua experiência de trabalho, você diria que há um espaço específico da casa com o qual as pessoas se preocupam mais com a decoração? Se sim, quais? E há outros com os quais elas se preocupam menos?
- É... aí tem dois caminhos diferentes. Você tá montando uma casa? Aí eu sempre falo: “olha, o importante é o básico”. O básico o que é que é? Cozinha, banheiro, e seu quarto. Se a pessoa já tem uma casa, já tá instalada, aí ela dá prioridade pra sala. Ela vai fazer uma sala bacana, bonita, e aí ela deixa o quarto que ninguém tá vendo. Então tem duas coisas, o lado prático, que a pessoa tá se mudando, então vamos investir no básico, porque sem isso cê não

- mora lá, sem banheiro, sem cozinha, e sem cama, cê não mora. Então é isso, a princípio, se a casa tá vazia, é o básico, depois, se elas já tão lá, elas querem fazer uma sala bonita, bacana, bem decorada. Elas começam pela sala, o sofá, eu sempre digo que o sofá é o artista principal da sala, elas começam pela sala, e aí “ah, então vamos agora arrumar o meu quarto...”.
- E... qual membro da família, se for uma família o seu cliente, costuma contratar e acompanhar o desenvolvimento do seu trabalho?
 - Varia muito.
 - Ah, é?
 - É. Tem família, que a mulher não dá bola nenhuma, e que o marido gosta. Então eu falo mais com o marido. É... tem família que é a mulher. Tem umas que os dois dão palpites, aí é pior ainda que a gente fica, ouve um, aí um sai da sala e o outro fala “olha, faz desse jeito...”, aí cê fica louca. É... os filhos... hoje em dia os filhos todos dão palpite no próprio quarto. Ninguém faz do jeito que quer, cada um do filho faz, aí eles escolhem as cores, a partir assim de oito, nove anos, todos tem vontade própria.
 - E então não teria, você acha, uma coisa de gênero, que em geral nesses casos, a mulher principalmente...
 - Não, eu acho que não. Ainda predomina um pouco mais a mulher, mais tem muito homem que gosta, tem muito homem que gosta de cozinhar agora, né, então quer uma cozinha assim, quer uma cozinha assado, ou quer um banheiro não sei quê... então eles gostam de dar palpite também.
 - Tá. E... em que bairros de São Paulo se localizam as casas e apartamentos que você reforma e decora?
 - É variado. Por exemplo, agora eu tô com obra na Granja Julieta, tô com obra em Higienópolis, tô com obra no Jardim Europa, to com obra em Alto de Pinheiros, hum... na [Rua] Oscar Freire, terminei uma obra... então assim é muito variado, agora nunca fui assim, hum... mais distante que isso nunca fui.
 - Uhum.
 - Ah, já tive fazenda em Campinas, uma casa em Sousas, uma casa na praia...
 - Como se define o padrão de gosto? Quem define o que é de bom gosto? O que é bom gosto?
 - É.... eu acho que... bom gosto não existe, né, bom gosto, mal gosto, é muito relativo, o que é bom gosto pra mim não é bom gosto pra você. Eu diria assim, que eu tenho um senso estético, que eu tento passar pros meus clientes. Por exemplo, eu tenho um casal que veio do Bom Retiro e eu tô fazendo um apartamento pra eles em Higienópolis. Aí você entra e vê aquelas... coisas horrorosas, aquela cama recortada, tapete verde musgo, não sei quê, aí você vai, com jeitinho, e fala, “olha, que tal em vez de fazer isso, se a gente fizesse uma coisa mais moderna?”, porque tem esse casal que é mais idoso. Aí ela fica feliz porque ela quer ser moderna, ela não quer ser velha. Aí eu falo: “ah, mas isso aí é muito de velho...”, aí ela fala: “não, não, velho eu não quero!”, então a gente vai... conduzindo. Tem gente que não tem senso nenhum, tem gente que sabe absolutamente tudo que quer, que é muito melhor, o que é bom.
 - Você acha que essa divisão entre aqueles que tem e aqueles que não tem senso estético tem um pouco a ver com o meio de onde a pessoa vem, no qual ela nasceu?
 - Eu acho que isso é que nem educação. Você vai aprimorando com o tempo né, a sensibilidade, o olhar, o olhar é muito importante, a proporção, a harmonia...
 - O seu gosto, como ele se formou?
 - Se a pessoa resolveu ficar comigo, ela vai seguir o meu, a minha orientação. Então hoje me ligou uma cliente: “ai, porque eu jantei com os meus filhos e a

gente falou ah porque a gente não põem o sofá ali...”, sempre tem dessas coisas, aí eu falei: “olha, não cabe, eu te provo que não cabe. Se você botar o sofá ali vai ficar apertado, você não vai conseguir botar uma mesa lateral, não vai conseguir por uma luminária, você vai ficar um peru no pires, não vai ficar bom. Olha a planta que eu te fiz, teu sofá é grande, não sei que...”, [a pessoa responde] “ah, tá bom”. Mas isso não garante também que na hora que eu sair de lá... eles fazem o que eles querem né, também... mas... se eu tô orientando, eles deveriam pelo menos seguir minha orientação. Então eu acho que é... é exercitar. Como qualquer profissão, quanto mais você exercita esse bom gosto mais aprimorado, mais certeza você vai ter de que isso fica bom, não fica bom... e mais segura você vai ficar, e mais segurança você vai passar pro seu cliente.

- E da onde vem as suas referências?
- Bom, eu... fora vinte e oito anos trabalhando, porque... eu trabalhava com isso mas eu tinha contato com clientes decoradores e arquitetos o tempo inteiro, né, então eu via projetos, então você fala ah, a harmonia, o colorido, a proporção, sempre trabalhei com isso, sempre. Mesmo durante o tempo que trabalhei na Formatex tinha amigos que falavam “ai... você não quer fazer a minha decoração...?”, então eu ia e fazia tipo...
- Porque não é só fazer a faculdade, né?
- Não. Eu... eu acho que você pode ir na casa da pessoa e não mudar nada e editar tudo o que ela tem e virar outra coisa, não é? Ah, não é só a faculdade, com certeza. Então é, eu acho que é um exercício, um exercício.
- E livros, viagens...
- É, livros... é... pesquisa, eu adoro, eu sou muito curiosa, eu adoro pesquisar... eu escrevo num Blog sobre design e arquitetura..., então eu tô sempre vendo o que é novo, eu gosto, eu tenho prazer de fazer isso, compro revistas, mesmo pras pessoas eu falo: “olha, você arranca a página da revista que você gosta, traz pra mim, que eu quero sentir do que você gosta”, pra mim a pior coisa que tem é uma pessoa que não sabe o que gosta. Eu já tive uma cliente que era assim: “mas o que você gosta?”, [resposta] “não sei”, “que cor você gosta?”, [resposta] “não sei”, “que cor você não gosta?”, [resposta] “não sei”, “o que que você gostaria de ter?”, [resposta] “não sei”, sabe? Isso é a pior coisa que tem, você não sabe nem por onde começar, eu já tive cliente que falou assim: “ah, mas você vai botar sofá, eu não gosto que ninguém sente do meu lado”, eu falei: “como não gosta que ninguém sente do teu lado?!” [risos], eu falei então faz um trono e um monte de cadeirinha, porque ela não gosta. Eu já tive cliente por exemplo, que ela não... que eu notei, que ele não achava um sofá confortável. Mas aí eu notei que ele não sentava em sofá. Então eu falei: “você, você não escolhe sofá, você escolhe poltrona, e a sua mulher escolhe sofá, porque você não gosta de sofá!, você não senta em sofá”
- Que doido...
- Aí ele falou: :ah, é mesmo... eu não gosto”. Mas é assim, é de observação, então é difícil. Eu prefiro pessoa que tenha gosto, mesmo que eu não concorde com o gosto, porque aí a gente vai trabalhando, do que o que não sabe o que quer, é muito ruim.
- Quais revistas dessas de decoração que você lê e gosta?
- Brasileiras ou importadas?
- Das duas.
- Brasileiras eu gosto muito da Arquitetura & Construção, porque me dá base do que tá lançando no mercado... novidade de revestimentos, torneiras, etc. As outras, a Casa Vogue é assim... um pouco arrogante assim... eles fazem uma foto de “um canto”, sabe? Mas dá prestígio... mas pra mim, de material eu

gosto muito de revista importada, *Elle Décor* inglesa, eu gosto de *Metropolitan House*... dá inspiração.

- E, de uma forma mais abrangente, qual a sua opinião sobre o gosto da elite paulistana pra escolha de mobiliário e objetos de decoração residencial?
- Difícil, né... não sei, cê pega um livro... “Casas Paulistanas”, né, tem um livro assim que é da Amarílis Barbosa, sabe? Então você vê desde casas absolutamente inglesas, até casas absolutamente modernas e minimalistas, então, não tem um...
- Mas tomando como base os seus clientes em geral...
- No geral... ó, é difícil, se eles são meus clientes e eu que fiz eu acho que é bom gosto [risos], que eles tem bom gosto, mas... de observação assim... vamos falar uma coisa mais abrangente, eu sinto, que nos últimos anos, vinte anos, a arquitetura e decoração tem sido muito mais valorizada aqui no Brasil, talvez graças `a Casa Cor... coisa assim, acho, que quando a arquitetura é muito boa, muito boa, a decoração já é decorrente dessa boa arquitetura, então ela não precisa de grandes coisas pra ficar boa, porque a arquitetura é tão boa...
- E isso vale pra edifícios também?
- É... não. Eu acho que não, porque é difícil ver uma arquitetura de edifício, mas casa, cê vê que quando a casa é maravilhosa, pouca coisa fica ótimo. Agora, quando é uma casa antiga, uma reforma, um apartamento, cê tem que investir mais no o olhar pra dentro, não o olhar pra fora. Então... assim, então o gosto, teve uma época, até a pouco tempo, que tava assim aquele gosto minimalista que era só sofá cru, sofá cru, sofá cru, que eu não agüentava mais, que as pessoas confundiam minimalismo, com pobreza. Porque o minimalismo é pra essas arquiteturas maravilhosas, porque a arquitetura é tão boa, com detalhes tão... que você põem um simples sofá que... que você vê a qualidade, aí as pessoas confundem isso com pobreza. Então enchem de sofá branco, com capa branca, que não é minimalismo, é pobre [risos]. Então teve essa época muito chata que cê folheava uma revista inteira e cê achava que todas as casas eram iguais. E agora eu acho que tá um pouco mais flexível, como eu falei, assim, cê vê de tudo, nas revistas.
- Tá bom, era isso, Regina, muito obrigada.

- Então Carolina, eu queria que você me contasse um pouco sobre como você virou arquiteta, um pouco a sua trajetória pessoal, assim, como que as coisas aconteceram pra você, é... um pouco aonde você estudou, faculdade...
- Uhum... eu estudei no São Luís, a vida inteira, e até eu ter uns quinze anos a minha intenção era ser médica. Então eu entrei em biológicas, eu curti muito medicina, psiquiatria, achava tudo isso muito interessante, mas aí eu comecei a virar adolescente e conheci outras coisas além do estudo. Eu gostava muito de estudar, ler, e tal. E... comecei a ver que tinham outras coisas na vida que me envolveram, comecei a viajar, e... olhar arquitetura... e comecei a me interessar por arquitetura. Engraçado, foi uma mudança bem rápida, até hoje eu me questiono: como foi tão rápido assim se eu queria muito ser médica? Eu acho ainda uma produção muito interessante. Uhum... eu acho... o meu pai é arquiteto, acompanhei muitas obras com ele desde pequena, e eu acho que eu tinha um certo encantamento de ver o nada, ir visitar uma obra no meio, quase pronta, e depois ir no jantar, com o meu pai e o proprietário. Eu acho que eu sentia um encantamento nisso, e um distanciamento também num primeiro momento. Mas entrei na faculdade de arquitetura, no Mackenzie, quando eu saí do terceiro colegial, é... ainda não sabendo muito o que eu ia estudar. Eu sabia o que eu ia estudar, como era a profissão por ter um pai arquiteto, mas... comecei a me encantar, me encantar, me encantar, e só querer viajar, só querer comprar livro de arquitetura, e começar a me envolver com a arquitetura e com a sua relação com o ser humano, a importância da arquitetura, a história, a arte envolvendo o trabalho, né, a arte aplicada a uma... construção, a uma grande escultura, com função, e... e aí eu comecei a curtir esse estudo. E... e na faculdade, já no terceiro ano...
- Desculpa, você se formou em que ano?
- Em noventa e seis. Entrei em noventa e um, formei em noventa e seis.
- Uhum.
- E em noventa e três, noventa e quatro, me chamaram pra fazer uma reforma de uma loja de carro na [Rua] Barão de Limeira, que é atrás do Mackenzie, lá no centrão. Então o meu primeiro projeto, tá lá até hoje, então era muito bacana, eu ia da aula de topografia, ia visitar obra, levava amigo pra ir comigo ver a obra, foi bem interessante, foi bacana pro meu primeiro projeto, e... e aí eu já tava super envolvida com arquitetura, só queria viajar pra ver arquitetura... só comprava livro de arquitetura, queria produzir, qualquer coisa, de graça, queria fazer... quer reformar o banheiro eu tô aqui, quer... queria fazer, queria começar a produzir.
- Uhum.
- E... de uma certa forma meu pai tinha um escritório, eu ocupei, primeiro eu ocupei uma salinha na recepção do escritório dele, que era uma outra casa de vila, e... e aí eu fui chamando alguém pra trabalhar comigo, e fui pra segunda sala, a pessoa ficou na primeira, e aí veio mais gente trabalhar comigo, eu fui pra... sala principal, aí eu fui ocupando, um pouquinho.
- Tá, e... e como que as pessoas chegam em você, Carolina? Como que elas te conhecem? É por indicação... é pelo site...
- Principalmente. Não, acho que principalmente por indicação, acho que muito por ver um trabalho e gostar, mais sem o comentário do cliente que trabalhou

- comigo eu acho que... que não tem uma continuidade. Né, então, eu acho que a pessoa além de gostar do meu trabalho ela, é importante o retorno pessoal, né, do cliente como foi o processo.
- Então é essencialmente por indicação.
 - É.
 - E... quando as pessoas, ou quando alguém entra em contato com você pela primeira vez, pra conversar sobre um trabalho que ela quer que você faça, uma reforma, um projeto de decoração de interiores, quais são as primeiras informações que você procura saber? E depois, quando vocês já decidiram mais ou menos o que você vai fazer, como vocês decidem a coisa do conceito, do estilo? Você tem um estilo próprio? Como vocês negociam isso?
 - Uhum... eu acho que a primeira coisa, a primeira conversa, é porquê eu? E... e a segunda, eu não sei nem se é uma pergunta, mas eu sinto um pouco como é a família, né, se é um casal jovem com filho pequeno, um pouco o trabalho, eu sinto a dinâmica da família. Acho que isso encaminha um pouco o início de uma inspiração da parte criativa. Hum... eu acho que eu tenho um envolvimento muito pessoal com o meu cliente, toda essa introdução pra mim é muito importante. O meu estilo ele não é rígido no meu estilo. É... eu não sei fazer cenário, né, eu sempre digo, assim, eu não sei fazer, eu não vou fazer bem. Porque eu não sei fazer um estilo inglês, um estilo romano, né, eu acho que eu tenho inspirações, eu acho que tudo me inspira, todas as viagens, a música, dança contemporânea, é o que eu sempre falo, me inspira muito mesmo, de todo lado, mas disso não é uma tendência, né, eu acho que eu tenho uma inspiração mas não que isso vire uma tendência do meu estilo. Se eu tenho algum, eu acho que ele é bem atual, bem contemporâneo. Procuro usar principalmente boas linhas, eu acho que as linhas num trabalho são muito importantes. Hum... gosto de cor, e de temperatura. Trabalhar num nível mais sensorial, né, `as vezes eu acho que a pessoa não percebe direito porque ela tá bem, tá se sentindo bem, tá gostoso, e tá. É... o imponente não me encanta, não me encanta. Mas, encanta algumas pessoas. Hum... e... eu acho que o decorrer do trabalho...
 - Mas as pessoas dizem o que elas querem e como é um pouco essa negociação?
 - Depende da cliente. Tenho cliente que traz referências, que são envolvidas com algo da área, ou admiram, ou lêem revistas e `as vezes trazem coisas que eu nunca nem vi. `As vezes eu pego por dar muita liberdade pro cliente, acho. E né, acho que isso é até um próximo passo do meu trabalho, né, e, “olha, põem o que você quiser, depois que eu terminar”, né, então tem isso na minha cabeça, mas pessoalmente não sei se eu consigo fazer isso, né, porque a casa tem história. Tem a história da pessoa, é referência da pessoa, tudo isso faz muito sentido, né, e normalmente as minhas clientes tem isso, elas tem as referências próprias.
 - Uhum.
 - Né, e o que eu acho muito legal, acho que torna o meu trabalho um diferente do outro, né, na consigo fazer linha de produção.
 - Tá, entendi. E nesse sentido, na sua opinião, o que as pessoas procuram quando contratam um decorador, ou um arquiteto, ou mesmo um designer de interiores? Porque por um lado, poderíamos dizer que elas contratam alguém pra fazer aquilo que elas em tese poderiam fazer sozinhas...
 - Hum...
 - Ficou claro?
 - Ficou. Eu não sei se a resposta é clara porque `as vezes também surge essa dúvida durante o meu trabalho. Eu falo nossa, mas... então porque que chamou um profissional se tem tanta coisa que... quer fazer sozinha e gosta de rodar loja

sozinha, e procurar... eu acho que interiores, arquitetura de interiores, decoração, é... tem um glamour. Então as pessoas, é como andar no shopping pra comprar roupa. Acho que tem um pouco dessa... não é exatamente, mas eu acho que então os clientes tem um glamour de passear, de entrar, e ver... escolher, conhecer, e que isso atrapalha um pouco o resultado. Algumas vezes ajuda, te clientes que ajudam realmente, né, que eu brinco com elas “nossa, no outro projeto eu quase te liguei pra perguntar o que você achava”, porque elas são tão envolvidas, e tem um bom gosto, e tem uma cultura bacana, um *background* legal, e que falam uma linguagem como eu, e que acrescenta. Mas, se a pessoa não tem, e assim, eu não fico no braço de ferro.

- Mas você sente alguma insegurança por parte da pessoa que te contrata?
- Eu acho que tem duas situações. Tem a pessoa que é insegura, de fazer sozinha e bater o martelo. Então ela até avança uma pesquisa, mas ela precisa do profissional pra... pra é, bater o martelo. É... tem a pessoa que não quer se envolver, porque trabalha em outra área, é profissional e respeita e... não se envolve, porém sabe o que gosta, sabe o que quer, e sabe porque me procurou e... deixa eu fazer. Hum... e eu acho que tem algumas pessoas que me procuram, não sei se no meu caso como profissional, mas procuram o profissional pra já dar uma assinatura como status pro projeto. Acho que tem isso também, eu não acho que aconteça muito comigo.
- Mas eu imagino que talvez só o fato de ter contratado uma pessoa, e poder dizer que teve uma pessoa que fez...
- É. Pode ser. Acho que sim, acho que sim.
- E Carolina, acontece `as vezes do cliente não gostar da proposta de trabalho que você apresenta? E se sim, como você faz, você procura adequar o projeto `as preferências deles, ou procura argumentar a favor das suas próprias concepções estéticas?
- Quando a gente apresenta uma proposta, o caminho que a gente percorreu pra chegar naquilo é enorme, o cliente não faz idéia, né, então talvez ele avalie o final. Mas acho que nunca puramente estético, acho que envolve texturas, cores, é, outros fatores que estão no caminho de quem entra no ambiente, no apartamento, na casa, hum... e aí vira um... eu posso até justificar todo o meu caminho, eu acho até que eu tento. Muitas vezes, eu deixo o cliente percorrer um pouco sozinho, e oitenta por cento dos casos chega no que eu apresentei. É engraçado, tem cliente que sente a necessidade de percorrer esse caminho sozinho. Não exatamente o mesmo, mas ele tenta ver algumas outras opções, conversar com outras pessoas, e aí a gente vai contornando, ou até muitas vezes eu levo em consideração o que a pessoa falou, e tento adequar... né, eu acho que é uma realização de um sonho. Né, eu espero que seja. Então, que seja o melhor, da melhor forma possível, né, então eu tento adequar. Mas existe esse processo que nós profissionais fazemos, é o que eu falo, se fez em uma semana, em dez dias o projeto, não, são dez anos em dez dias, né, nunca são os dez dias que estão estipulados no prazo, né, tem uma bagagem aí.
- Claro. E você acompanha a parte da compra dos móveis e objetos de decoração? Essa parte mais de detalhes?
- Muitas vezes sim.
- Você vai junto com o cliente ou você escolhe as lojas e objetos sozinha?
- Não, a pesquisa é feita aqui no escritório, a gente faz uma primeira pesquisa, uma peneira, aí dessa peneira eu vou nas lojas da minha segunda peneira, e apresento pra eles. Eu acho que tem coisas que são importantes ergonomicamente. Então o sofá eu quero que eles experimentem, cadeiras, de jantar, eu sugiro que eles experimentem, pode ser comigo ou não. E eu acho

que esse processo junto ele enriquece bastante o trabalho. Eu não imponho nada, é o meu jeito de trabalhar. Que eu sei que tem pessoas que se impõem e sai um resultado... né, são muitos elementos então cê tem que impor tudo pra sair um resultado, um conjunto, com a sua assinatura. Mas eu acho que eu sou um pouco mais flexível.

- Uhum. E qual a sua relação com a coisa da moda, das marcas e lojas de grife? Qual a importância, na sua opinião, de se ter móveis e peças de design assinadas ou de marcas consideradas prestigiosas?
- Marcas consideradas prestigiosas não me encantam. Agora um bom design, eu acho maravilhoso, eu acho fundamental, eu acho que tem todo o estudo, toda a dedicação, todo o trabalho de um profissional capaz, competente, admirável, e... e eu acho que é uma obra de arte num outro formato. Então eu valorizo muito o design, seja de uma marca de grife ou não. Né, e eu acho que... o design tem preço.
- Mas tem lojas que não são de grifes prestigiosas que você gosta? Você poderia citar pra mim algumas lojas que você gosta de indicar pros seus clientes?
- Eu gosto muito de peças... eu gosto muito do Marcos Ferreira, que é um designer, ele é dono da Decameron [Design], que é uma loja de móveis. A questão da qualidade eu acho que é muito importante. E no Brasil a gente não consegue alcançar uma qualidade de tapeçaria como a gente consegue com os italianos, alemães, europeus em geral.
- Pra móveis também?
- Pra móveis também.
- Ou seja, inevitavelmente acaba caindo na marca.
- Acaba caindo no dinheiro, no valor. Então uma empresa como a Zanotta, uma empresa como a B&B, ela investe no produto, investe no designer, e... ela acaba tendo um produto superior. Desde a matéria prima, até a laca final. Então eu acho que um investimento... ele é parte de um resultado final, né.
- Um investimento financeiro.
- Um investimento financeiro. Eu acho que ele tem isso e que acaba caindo em algumas marcas que são maiores, investem mais, mais eu acho que no Brasil a gente tem coisas que não são, temos designers e marcas, que não são talvez ainda grifes, mas que tem todo um caminho a percorrer pra se tornar.
- Por exemplo...
- Eu acho que a Decameron [Design] é uma delas, hum... a Micasa já traçou um caminho muito legal... eu acho que tem profissionais, e arquitetos que desenham móveis, eu desenho móveis, meu tapeceiro faz, e eu acho que fica um resultado, um desenho equilibrado legal, eu me pego muito pelo desenho. Eu acho que tem marcas que a hora que eu vou ver o móvel eu falo hum... peca no design em algum ponto. E que eu acho que... numa peça grande, depõem. Independente da marca. Eu sou chata com design. Design e qualidade, é uma coisa que eu gosto, eu trato como arte, então não é a grife que me encanta.
- Entendi. Agora vem uma pergunta talvez um pouco difícil de responder mas é a seguinte: Como se define o padrão de excelência na área de decoração? Quem define o que é de bom gosto?
- Difícil. Tem vários gostos, né, isso já tá comprovado. Eu acho que ninguém define, eu acho que tem formadores de opinião, as revistas, mas o gosto é de cada um, é da estória de cada um, é um... é do... das referências...
- Entendi. E os seus clientes, eles se preocupam com a moda e a coisa da grife dos móveis e objetos?
- Tô tentando me lembrar, cada um é de um jeito tão diferente. Eu acho que na maioria, eles se importam, mas acho que eles esperam que eu vá oferecer algo

de bom gosto, mas que não precise pagar os tubos, porque... como eles dizem, “ah, fica fácil comprar um sofá caríssimo e ser bonito, o difícil é comprar um sofá com um preço ok e ser lindo”. Né, então eu acho que tem essa parte inteligente da coisa também. Mas eu acho que eles contam com um bom gosto geral, e ficam tranquilos com isso. E aí eles medem quanto eles querem gastar, em cada coisa. Eu acho que um sofá é uma das peças mais importantes de uma casa. Os sofás. Né, então eu acho que um sofá de boa qualidade ele vai estar sempre com uma cara boa, então eu acho que é um investimento legal, é o que eu falo pra eles.

- E baseada na sua experiência de trabalho, você acha que há um espaço específico da casa com o qual as pessoas se preocupam mais com a decoração? Se sim, qual? E haveria algum com o qual se preocupam menos?
- Eu acho que sim, eu acho que a sala... é sempre o lugar principal. As salas. Né, eu acho que se eu fizesse eu acho que eu queria o quarto, o meu quarto eu ia querer o principal, mas eu acho que a sala ainda é o foco principal. Mas acho que antes de tudo eu tenho bastante... pessoas que se preocupam com o funcional. Então além de tudo precisa funcionar direito. As pessoas chegam aqui com essa preocupação, tem que ser funcional, tem que funcionar. A cozinha tem que ser linda, ótima, mas tem que ser funcional.
- Tá. E tem espaços com que as pessoas se preocupam menos com relação `a decoração?
- Sim. Mas sabe o que eu percebo um pouco? Eu não acho que seja tão um daqui pra fora, né, um mostrar, porque hoje em dia, não se recebe tanto mais quanto antes... então eu acho que tem uma coisa do uso próprio e de... valorizar a família, e de se valorizar, muito grande. Valorizar o núcleo, muito. Então eu acho que é parte da educação, eu sinto isso nos meus clientes mesmo que não seja consciente. E eu acho que é parte do viver, assim como ter coisas confortáveis de verdade, não só o... pra fora. Então uma casa confortável gostosa e bonita, e arejada, ela é saudável. Eu tenho muitos clientes que são famílias jovens, e eu sinto muito essa preocupação da família viver gostoso. Né, então eu quero a convivência com os meus filhos, eu quero os meus filhos na sala, eu quero que a casa seja deles, então a casa vai ser linda mas vai ser deles, então não é uma casa pra receber. Apesar de ter também, de ter esse foco, mas eu não sinto que seja esse o foco. E eu acho que receber gostoso, e receber num lugar bonito... eu acho que é... que é parte de um bem estar de verdade, não só do status... porque as pessoas já tem aquela situação, já tem aqueles amigos, né, na maioria dos meus clientes. Então eu acho que tem muito isso, de eu, no meu caso né, de eu me valorizar, né, então a minha casa, eu me sinto num ambiente legal, que combina com o que eu quero ser, com o que eu sou... eu acho que tem isso também. Eu vejo isso mais do que... no meu perfil de cliente do que um cliente que queira... que queira... mostrar pro outro mais ou não... é... é engraçado isso, mas é mais assim.
- Entendi.
- Eu acho que eu tenho um pouco esse perfil de trabalhar também, né, eu acho que eu apresento... quando eu apresento o projeto eu apresento como aquela casa vai circular, e ser vivida. Não tanto como vai ser o... a cozinha... eu acho que isso vem bem depois. Né, eu acho que até gera uma ansiedade nas clientes, “não mas então como é que vai ser, que cor que vai ser o tapete, o tecido?” não, calma, né, eu acho que a gente vai fechar como ela vai viver, como ela vai ser vivida. Aí depois o resto é maquiagem. Né, entre aspas, né.
- Uhum, entendi.

- Mais eu acho que... e eu acho que é uma tendência pessoal também, eu acho que é uma [tendência] cultural. Eu vejo como tem a questão do status sim, mas eu não acho que seja tanto no meu perfil de cliente. Eu não acho que a minha decoração ela seja uma decoração de status. E eu acho que a arquitetura, principalmente interiores, ela também tem um pouco esse poder, de criar paz, ou criar calma, né, de dar a imagem. E a imagem passa um sentimento, uma sensação, e aquilo pode contagiar. Então eu acho que é esse o trabalho do profissional... menos superficial, né, onde ele pode atingir com o astral, ou a energia, sei lá se isso existe mas, com esse aspecto. E essa sensação contagiar as pessoas que cheguem, e ser gostoso, é muito mais que o *fashion*, ou o status do nome de quem assinou.
- E qual membro da família, se for uma família, costuma contratar e acompanhar o desenvolvimento do seu trabalho? Tem uma coisa de gênero?
- Tem. O feminino mais. Mas, mas tem casais que o masculino toma a frente e é bem divertido.
- É?
- É, tem. A mulher fica com os filhos, não quer nem saber, e o pai que se envolve, que gosta, que quer fazer.
- Mas essa é uma minoria?
- Minoria. Bem minoria. É interessante quando isso acontece. E engraçado, você fez eu pensar numa coisa agora. Quando tem o perfil de família, e a mulher toma a frente, eu acho que a mulher decide muito, e ela tem essa preocupação com a família, com como a casa funciona, os empregados, todo esse... a vida da casa. E eu acho que o homem quando ele toma as rédeas ele tem essa preocupação um pouco mais do amigo.
- Hum...
- Engraçado, né? Pelo menos no meu caso, eu acho que as poucas vezes que aconteceu eu tive essa sensação, né, não comprovando, mas ele tem um pouco mais de competição, engraçado, acho que porque homem é mais competitivo do que a mulher.
- Em que bairros de São Paulo se localizam as casas ou apartamentos que você reforma, decora...
- Pinheiros, Morumbi, Higienópolis, Jardins...
- Você lê essas revistas de decoração de interiores?
- Eu pulo alguns meses, mas `as vezes eu vejo, compro...
- Quais você gosta?
- Então, eu assino a Projeto, e a Arquitetura & Urbanismo, a AU. Assino a *Frame* também, que é uma revista holandesa de design, e pra fornecedores, materiais, revestimentos, eu acabo comprando a Arquitetura & Construção, compro Casa & Jardim, eu acho importante saber o que tá acontecendo.
- E qual a sua opinião, de uma forma mais abrangente, sobre o gosto da elite paulistana pra decoração residencial?
- Hum... eu acho que os meus clientes procuram um resultado com bom gosto, e acho que harmônico, gostoso, confortável, e vejo também, uma preocupação estética. Eu acho que cada vez mais as pessoas tem uma estética mais apurada. E... e um olhar mais exigente pro que quer eu acho, eu não sei se é o perfil dos meus clientes, mas eles tem esse apuramento, eu acho que eles tem bom gosto. Também dificilmente eu trabalho com uma pessoa que tem um... um gosto totalmente diferente do meu e que queira o meu gosto. Não sei, uma pessoa que goste muito do neo-clássico... uma coisa... clássica, venha me procurar. Eu acho que tem pessoas que vem se renovar, eu tenho clientes de cinquenta, sessenta anos que tem uma casa com toda uma longa estória e estão afim de

renovar a vida como um todo e viver de uma forma mais jovem, diferente, tem essas pessoas também. E eu vejo uma coisa da arte cada vez mais importante pras pessoas, o que eu acho muito legal. Não sei se, como um todo, nessa elite que eu trabalho, ou as pessoas que me procuram tem tido mais esse perfil.

- Obras de arte?
- Obras de arte, não necessariamente valiosas, mas um interesse por arte. Né, não tenho clientes que colocam porque eu também não coloco... “ah então”, pede pro artista, “pinta um quadro meio vermelho, meio amarelo pra eu por na sala?”
- Pra combinar com o sofá.
- Pra combinar com o sofá, então, [risos] eu não sei fazer isso, e... e eu vejo que meus clientes também não são assim. Eles não querem isso, não procuram isso, né, eu acho que eles preferem por uma placa de carro antiga na parede porque tem algum significado e aquilo fica bacana, divertido, e não necessariamente caro, acho que tá na idéia...
- Bom, muito obrigada, era isso Carolina.