

# Leveza e beleza no design de mobiliário do lar moderno: Alguns subsídios

Marina Kosovski Maluf\*  
Jorge Lucio de Campos†

## Índice

Introdução . . . . .	2
1 O belo e o bom no lar . . . . .	2
1.1 Lar e intimidade . . . . .	2
1.2 Beleza, solidez e conforto . . . . .	4
1.3 Aparência e identidade . . . . .	7
Considerações finais . . . . .	10
Referências bibliográficas . . . . .	13

“Os móveis dizem tudo. Assim como um paleontólogo pode reconstituir um animal pré-histórico, a partir de um fragmento de osso maxilar, é possível reconstituir o interior doméstico e o comportamento dos seus habitantes, a partir de uma única cadeira”

*W. Rybczynski*

---

\*Designer e artista visual. Aluno do Programa de Pós-Graduação em Artes e Design (Mestrado) da PUC/RJ.

†Doutor e Pós-Doutor em Comunicação e Cultura (História dos Sistemas de Pensamento) pela ECO/UFRJ. Graduado e Mestre em Filosofia (Estética) pelo IFCS/UFRJ. Professor do Programa de Pós-graduação (Mestrado) em Design da ESDI/UERJ.

## Introdução

COM o intuito de situar melhor a ideia de leveza no design de mobiliário doméstico – a fim de caracterizá-la como um aspecto de elegância, beleza e bom gosto no contexto do lar – propomos aqui uma abordagem histórica apoiada no quadro geral de mudanças ocorridas na sociedade moderna, principalmente, a partir do século XVIII.

Levando em conta que “as noções do que é apropriado e, portanto, belo no lar, deram forma ao design de artigos para uso doméstico” (FORTY, 2007, p. 132), destacamos um período – que vai de meados do século XIX até o início do século XX – caracterizado pela busca de uma leveza na estética do mobiliário doméstico das casas europeias e norte-americanas, difundida tanto por designers quanto por arquitetos e decoradores, e incorporada, de modo geral, pela classe média.

Nesse sentido, nos atemos a dois de seus aspectos mais significativos: 1) a concepção do lar como um espaço de expressão do caráter dos indivíduos que nele habitam (ECO, 2004; FORTY, 2007; DENIS, 2000); e 2) a incorporação das ideias higienistas no ambiente doméstico (FORTY, 2007; DENIS, 2000; LUPTON e MILLER, 1996).

Para melhor abordá-los, enfatizamos a noção de lar moderno, assim como uma série de sentimentos que com ele surgem – como a intimidade, a privacidade, a domesticidade, o conforto, a identidade, o bom gosto, o bem-estar, a higiene e a eficiência – todos plenamente representados na decoração de seus interiores (RYBCZYNSKI, 1969).

## 1 O belo e o bom no lar

### 1.1 Lar e intimidade

A noção do lar<sup>1</sup> – tal como conhecemos hoje, como um espaço privado e íntimo – é resultante de uma mudança que começou a ocorrer na Idade

---

<sup>1</sup>Rybczynski descreve o sentimento de lar em relação ao significado da palavra anglo-saxã *home*: “A palavra *home* (“lar”) reuniu os significados de *casa* e *família*, de *moradia* e *abrigo*, de *propriedade* e *afeição*, significando tanto a casa quanto o que estivesse dentro ou em torno dela, assim como as pessoas e a sensação de satisfação e contentamento que emanava de tudo isto. Podia-se sair de casa, mas sempre se retornava ao lar” (1969, p. 73)

Média, mas que só se consolidou com a Revolução Industrial, a saber: a separação entre a casa e o local de trabalho.

Rybczynski lembra que, na Paris do século XVII, embora muitos donos de loja, mercadores e artesãos ainda trabalhassem e morassem no mesmo lugar (sobreloja), já havia burgueses – advogados, construtores, funcionários públicos – para quem a casa era apenas uma residência, o que implicava em transformações nos sentimentos nela presentes:

“A consequência dessa separação foi que – com relação ao mundo exterior – a casa estava se tornando um local mais *privado*. Junto com essa privatização da casa surgiu um maior senso de intimidade, que identificava a casa, exclusivamente, com um senso familiar” (RIBCZYNSKI, 1969, p. 51).

No século seguinte, tal separação entre casa e local de trabalho se instituiu, definitivamente, uma vez que o surgimento das fábricas levava os trabalhadores e os proprietários a trabalharem fora de seu ambiente domiciliar. Forty é afirmativo quanto a institucionalização desse processo:

“É óbvio que as fábricas são resultado da revolução industrial, mas raramente pensamos que os lares, tal como os conhecemos hoje, são uma criação da mesma revolução” (FORTY, 2007, p. 137).

Conforme este autor aponta, a fábrica e o escritório não apenas separavam, fisicamente, o trabalho do lar. Suas características estimularam as pessoas a manter os espaços, mentalmente, separados. Se as primeiras representavam lugares da opressão – tanto para a classe operária, a “oprimida”, quanto para os empregadores, os “opressores”), o último deveria conter todas as virtudes positivas que o transformavam num abrigo onde era possível resgatar o respeito por si mesmo. O lar, que já vinha adquirindo um senso de intimidade familiar, passou a representar, assim, o amor próprio, o resgate da auto-estima, adquirindo o caráter de um lugar de ficção, de dissociação, que deveria estar isento de qualquer sentimento ruim: uma espécie de *lugar ideal*.

É nesse contexto, ou seja, do lar como um lugar de refúgio e intimidade, que a decoração da casa, de seus objetos e móveis começaram a adquirir maior importância.

“A domesticidade é um conjunto de emoções sentidas, e não um único atributo. Ela está relacionada à família, à intimidade, a devoção ao lar, assim como uma sensação da casa como incorporadora – e não somente abrigo – destes sentimentos (...) O interior não era só um ambiente para as atividades domésticas – como sempre havia sido – mas os cômodos, os seus objetos, agora adquiriam vida própria” (RYBCZYNSKI, 1969, p. 85).

## 1.2 Beleza, solidez e conforto

“Fazer do lar um lugar totalmente virtuoso exigia trabalho duro e os vitorianos adotaram várias estratégias para satisfazer essas ilusões” (FORTY, 2007, p. 214), dentre as quais o desenvolvimento de padrões especiais de gosto e de um design voltado para o lar. Já que o ambiente de trabalho não oferecia um modelo a ser seguido nos interiores domésticos, os vitorianos buscaram uma metáfora – acerca de como um lar deveria parecer – que pudesse lhes servir de inspiração: “os descreviam, frequentemente, suas casas como um *céu*” (FORTY, 2007, p. 142), isto é, partir da imagem de algo sereno, calmo e alegre, sem nenhum resquício daquele outro ambiente.

Mas o céu tampouco ofereceria um modelo satisfatório (e concreto) de decoração a ser seguido. A fonte mais disponível de inspiração para os decoradores passou a ser as casas da aristocracia, lugares totalmente livres da associação com o trabalho, e que a burguesia admirava em função de sua vida de ócio e conforto. Assim, até a década de 1860, muitas casas burguesas buscaram imitar o gosto aristocrático (FORTY, 2007; DENIS, 2000), o que resultou em interiores que prezavam o conforto e o luxo, repletos de móveis, cortinas, estampas, motivos decorativos, papéis de parede, carpetes, enfim, de objetos, tecidos e ornamentos.

Dessa forma, embora tenha sido possível identificar, naquele momento, uma aproximação entre a noção de lar e uma busca pela leveza,

metaforizada na imagem do céu, pode-se dizer que esse sentido não se materializou na aparência dos interiores. Ao contrário:

“A casa era a quintessência do mundo burguês, pois nela, e nela apenas, se podia esquecer ou suprimir, artificialmente, os problemas e as contradições da sociedade. Aqui e somente aqui, as famílias burguesas (...) podiam manter uma ilusão de felicidade harmoniosa e hierárquica, circundadas pelos manufaturados que eram a demonstração dessa felicidade e que, ao mesmo tempo, a tornavam possível.(...) A impressão mais imediata de um interior burguês da metade do século é de superaglomeração e dissimulação: uma quantidade de objetos, no mais das vezes mascarados por almofadas, tecidos drapeados, tapeçarias e sempre, qualquer que seja a sua natureza, elaborados. Nenhum quadro numa moldura dourada, entalhada, marchetada, até listrada de veludo; nenhuma cadeira sem estofamento; nenhum tecido numa borda.”<sup>2</sup>



Figura 1 – Chesterfield Garden, Londres, fotografada em 1893. Exemplo de um interior burguês decorado com o gosto “vitoriano”.

---

<sup>2</sup>Texto de Eric John Hobsbawn, “O triunfo da burguesia” (1973), retirado de *História da beleza*, de Umberto Eco. Grifo nosso.

Vale lembrar que a opulência dos interiores vitorianos se deu num momento em que as questões de aparência e identidade ganhavam importância numa sociedade marcada pelo crescimento e expansão da classe média e pela transformação nos hábitos de consumo pessoal e domésticos.

Denis (1999, p. 56) resume com precisão esse momento:

“O surgimento das classes médias na Europa e nos estados Unidos (...), trouxe uma relativa democratização da noção de individualidade, ou seja, uma nova disposição de diferenciar e expressar a identidade de cada um do grupo através de opções de leitura, de vestuário, de decoração, enfim, de consumo. Segundo Richard Sennet,<sup>3</sup> no seu já clássico *O declínio do homem público*, o século XIX foi marcado por uma transformação profunda nas relações sociais em que mercadorias e hábitos de consumo passam a ser vistos como verdadeiros “hieróglifos sociais”, simbolizando a personalidade e demarcando identidades”.

Assim, a beleza e o bom gosto, expressos através do excesso e da opulência dos objetos domésticos, não só representavam o conforto, como também eram uma forma de diferenciação social:

“É na moradia de classe média; na intimidade do lar; nas mesas, estantes, gavetas e armários da burguesia grande e pequena que se encontra um dos primeiros focos históricos importantes para a personalização do design. A preocupação com a aparência – primeiramente, da própria pessoa e, por extensão, da moradia – como indicador do status individual, serviu de estímulo para a formação de códigos complexos de significação” (DENIS, 2000, p. 57).

Será com bases nessa identificação entre o sujeito e seus objetos, assim como na noção de que o lar expressa o caráter de seus habitantes, que, na segunda metade do século XIX, sua aparência se transformará,

---

<sup>3</sup>Vale notar que tanto Forty quanto Cardoso mencionam Sennet para tratar das implicações, no campo do design, dessa questão da identidade do homem privado diante do recuo da vida pública, através dos hábitos de consumo.

sobretudo a partir de uma reação, por parte de arquitetos e designers, à opulência do gosto vitoriano.

### 1.3 Aparência e identidade

No livro *Cultura e sociedade*, Raymond Williams discute os contrastes existentes entre algumas ideias de forte influência – os embates sobre questões políticas, a democracia e o novo industrialismo, a oposição entre indivíduo e massa, a salvação da indústria doméstica frente à industrialização das manufaturas, o ataque ao utilitarismo, entre outras<sup>4</sup> – próprias da Inglaterra do início do século XIX, sob os efeitos da Revolução Industrial e no clima de grandes mudanças de ordem social.

Não cabe aqui se estender demais sobre um assunto já tão amplamente abordado, mas apenas apontar que, concordando com Williams, essa “tradição de crítica à sociedade industrial” integrava as bases da transformação que estabelecerá a ideia de uma estreita relação entre a cultura e a sociedade,<sup>5</sup> e deu ensejo às principais convicções de William Morris (1834-96) e de John Ruskin (1819-1900), responsáveis pela fundação do *Arts & Crafts*. O fato de, pela primeira vez, arquitetos e designers projetarem um móvel – com a consciência de que aquele objeto inevitavelmente refletirá o seu tempo – carregou o design com um sentimento de moralidade,<sup>6</sup> a partir do qual se desenvolverá uma crítica aos modos de produção e à estética vigentes.

<sup>4</sup>Sobre esses sentimentos, vale citar um depoimento do arquiteto Owen: “A difusão geral de fábricas por todo o país dá a seus habitantes novo caráter; (...) Essa alteração continua em progresso rápido e, dentro em pouco, a simplicidade relativamente feliz do camponês estará completamente perdida entre nós. Já é difícil encontrá-la hoje em dia, isenta daquele hábitos que produzem o espírito de mercadoria, de manufatura e de comércio.”(WILLIAMS, 1969, p. 5). Owen “fazia parte de um grupo que empreendeu uma série de iniciativas para educar o público consumidor, dentre as quais a publicação de uma das primeiras revistas de design, intitulada *Journal of Design and Manufactures*.” (CARDOSO, 2000, p. 69).

<sup>5</sup>Sobre isso, William comenta: “Hipótese básica no desenvolvimento da ideia de cultura é a de que a arte de certo período se relaciona, íntima e necessariamente, com o “sistema de vida” dominante e, em consequência, os juízos estéticos, morais e sociais estão em estreita correlação. Essa hipótese é, hoje em dia, tão geralmente aceita, fez-se, de tal modo, um hábito intelectual, que, por vezes, se torna difícil recordar que ela é, basicamente, um produto da história intelectual do século dezenove.”

<sup>6</sup>Segundo Cardoso (1999), esse foi o primeiro movimento, que viria a se tornar recorrente o design, de reforma do gosto alheio.

Em reação às transformações provocadas pelo utilitarismo e pelo novo industrialismo (FORTY, DENIS), este movimento buscou, como pode, resgatar e preservar valores como honestidade e simplicidade. Desse modo, a beleza de um móvel passou a ser considerada como, intimamente, relacionada a como ele foi feito e aos valores por ele carregados, resultando num padrão formal que se opunha à aparência pesada, até então cultivada pelos vitorianos.

Desse modo,

“A mesma abundância de mercadorias baratas, que era percebida pela maioria como sinônimo de conforto, de luxo e de progresso, passou a ser condenada por alguns como indicativa do excesso e da decadência dos padrões de bom gosto e, mesmo, de padrões morais. Ao mesmo tempo que a nova fartura industrial ampliava as possibilidades de consumo para a multidão, para alguns ela gerava preocupações inéditas sobre a natureza do que era consumido” (DENIS, 2000, p. 69).

A estética do mobiliário produzido durante a vigência do *Arts & Crafts* foi, rapidamente, incorporada ao gosto de arquitetos e decoradores, dando origem a um outro movimento chamado *mobília de arte*. Segundo Forty, “à medida que os ambientes domésticos passaram a ser considerados sinais do caráter de seus ocupantes, as pessoas começaram a se esforçar para apresentar uma imagem satisfatória de si mesmas.” (FORTY, p. 148). O objetivo era, fundamentalmente, “estabelecer toda uma forma de beleza que correspondesse, aproximadamente, às virtudes morais que, (segundo pensavam Morris e Ruskin), deveriam ser representadas no lar”. (FORTY, p. 153), passando os manuais de decoração a repudiar o mau gosto do excesso e a enfatizar a simplicidade.

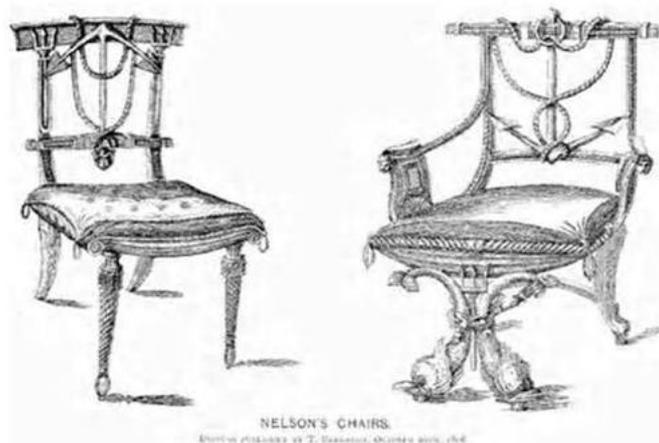


Figura 2 – *Nelson's chair*, Inglaterra, 1806.



Figura 3 – Catálogo do início do século XIX, de cadeiras da *Morris and Company*, empresa fundado por Williams Morris.

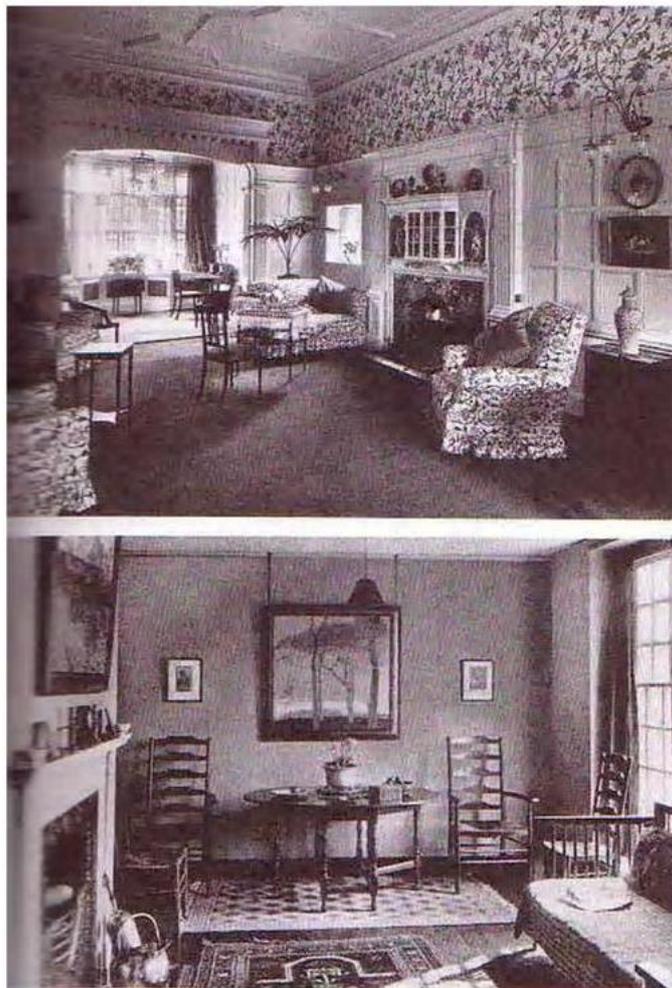


Figura 4 – Em cima: Sala de visitas, Rosslyn Tower, Putney, fotografada em 1907. Embaixo: Sala de jantar de uma casa do subúrbio de Hampstead Garden, início da década de 1920.

### Considerações finais

Vimos, portanto, que, no mobiliário do final do século XIX, predominou, uma decoração bem diferente da do lar “vitoriano”: salas mais

vazias, móveis mais simples, economia dos estofamentos e ornamentos resultaram em espaços e mobiliários mais leves.

Por outro lado, essa “redução” e essa “simplificação” – relacionadas, num primeiro momento, a uma transformação cultural na qual foram estabelecidas associações entre os objetos domésticos e as questões morais – encontrará seu ápice no século seguinte, quando um outro aspecto se fará presente no contexto do lar: a ideia de higiene.

Já no início do século XIX pode ser notada uma preocupação com a limpeza corporal, porém ainda relacionada a uma questão de moralidade, então pregada pela igreja, ou resultante de uma crescente exortação de natureza médica. A equivalência entre a limpeza e a higiene começou a ser formulada em meados desse século, só se tornando, porém, realmente popular no século seguinte, com as novas descobertas científicas que associavam os germes e as doenças (LUPTON & MILLER, 2004; FORTY, 2007).

Na década de 1860 se iniciou na Europa uma reforma higienista, apoiada, cientificamente, nas descobertas sobre as bactérias e a assepsia, realizadas pelo biólogo francês Louis Pasteur (1822-25) e pelo cirurgião britânico Joseph Lister (1827-1912), passando “tudo que pudesse ser descrito como sujo (a ser) agora associado à transmissão de moléstias”(FORTY, 2007, p. 219). A partir daí, a limpeza deixou de ser um problema do Estado – na medida em que veio a ser entendida como algo que depende, fundamentalmente, de ações individuais – ganhando extrema relevância no contexto da intimidade domiciliar.

Por volta de 1920, se iniciou um movimento reformista que buscava difundir os princípios de higiene por todas as classes (FORTY, DENIS, LUPTON e MILLER). Assim, “às virtudes já conhecidas do lar – conforto, domesticidade, bem-estar – vieram se juntar novos critérios de limpeza e eficiência” (DENIS, 2000, p. 63).

De acordo com essa nova lógica,

“vários bens de consumo, desde embalagens, eletrodomésticos e móveis até a arquitetura de interiores, começaram a adquirir um físico vigoroso novo: os tecidos de veludo, molduras esculpidas, decorações e emaranhado de objetos vitorianos domésticos foram rejeitados como perigosos reprodutores de germes e poeira.” (LUPTON; MILLER, p. 2).

Nota-se que alguns aspectos desse “traço de higiene” equivalem também a um “traço de leveza”. Em primeiro lugar, repudiavam-se os estofamentos – que acumulam poeira, ou seja, retirava-se aquilo que “cobria” a estrutura dos móveis, atribuindo-lhe um peso a mais, tanto físico quanto visual. Ao mesmo tempo, os ornamentos demasiadamente detalhados passavam a ser considerados anti-higiênicos, o que justificaria a “retirada” dos excessos que recobrem os móveis, o que também lhes conferia uma leveza visual.

Como sublinha FORTY, “a estética da limpeza se tornou uma norma na paisagem do lar” (FORTY, 2000, p. 224) e a estética da higiene foi, amplamente, aceita pelo público leigo, definindo assim os critérios de beleza entre os arquitetos e os designers, ao mesmo tempo em que esse padrão reforçava, na vida e na casa das pessoas, os princípios do higienismo.

Para todos os aspectos da vida, havia uma solução de otimização higiênica, expressa nos objetos, materiais e espaços, que, de modo geral, implicava em simplificá-lo. Experiências com espaços mais arejados que melhoravam a saúde dos pacientes, se estenderam a casas populares, prisões e escolas, que passaram a ser projetadas levando em conta uma melhor circulação do ar. Médicos escreviam documentos sobre como deveria ser uma cama de hospital ou uma escrivaninha de crianças, dando também importância à saúde do usuário.

Tais princípios – o de que a ventilação deveria ser sempre facilitada e o de que a limpeza precisava ser priorizada – se estenderam aos manuais do lar no final do século XIX. Aliados à descoberta de que os micróbios eram causa de doenças, eles vieram oferecer uma base científica a muitas convicções da época. A norma que, a princípio, se destinava aos banheiros de hospitais – a de que “o conjunto deve ser branco e não permitir nenhum tipo de ornamento” (FORTY, p. 234) – acabou também por ser aplicada aos novos lares (LUPTON & MILLER, 1996).

Desse modo, a atitude de reformadores sanitários, médicos e higienistas, em muito contribuiu para uma profunda transformação nos padrões de julgamento de móveis, artefatos, espaços e roupas: “depois de 1920, houve uma mudança indiscutível no gosto popular e os cômodos ficaram menos densos, uma tendência que alcançou o seu ápice com o minimalismo da década de 1970” (RYBZCZYNSKI, 1969, p. 206).

A constituição do lar como uma oposição ao lugar de trabalho, a afir-

mação de valores morais, no ambiente doméstico, em reação às transformações provocadas pelo processo de industrialização e, posteriormente, a incorporação dos princípios higienistas, foram, portanto, alguns dos processos sociais, a partir dos quais o campo do design pode investir numa nova noção de beleza, agora associada à valorização da simplificação, dos objetos menos ornamentados e à aparência de leveza.

### **Referências bibliográficas**

DENIS, R. C. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Edgard Blucher, 2000.

ECO, H. *História da beleza*. São Paulo: Record, 2004.

FORTY, A. *Objetos de desejo: Design e sociedade desde 1750*. São Paulo: Cosac Naif, 2007.

LUPTON, E. e MILLER, J. A. *The bathroom, the kitchen and the aesthetics of waste: A process of elimination*. New York: KIOSK, 1996.

RYBCZYNSKI, W. *Casa: Pequena história de uma ideia*. Rio de Janeiro: Record, 1996.

WILLIAMS, R. *Cultura e Sociedade: 1780-1950*. São Paulo: Nacional, 1969.