

# ARQUITETURA E CONSUMO NO PÓS-SEGUNDA GUERRA MUNDIAL: OS PARALELOS BRASIL-EUA<sup>1</sup>

ARCHITECTURE AND CONSUMPTION IN THE POST  
WORLD WAR II: BRAZIL-US PARALLELS

MARISTELA DA SILVA JANJULIO

## RESUMO

Nos anos 1950, na cidade de São Paulo e em outros grandes centros brasileiros, a arquitetura moderna conquista sua hegemonia e chega à classe média. Na revista “Casa e Jardim”, naquela mesma década, constitui-se uma arquitetura – voltada a essa camada –, com linguagem moderna a que nomeamos “bem viver”. O contexto em que surge o “bem viver” é o da modernização brasileira, nos anos da década de 1950, particularmente na metrópole paulistana, com transformações econômicas, sociais, políticas e culturais e o da ampliação da influência econômica, política e ideológica dos EUA. O modo de vida americano é visto como modelo. O “bem viver” também reflete esse aspecto, apresentando paralelos com a arquitetura do *Good-Life Modernism*, que se desenvolve ao final da Segunda Guerra, nos Estados Unidos, igualmente voltada à classe média. Ambas, *Good-Life Modernism* e “bem viver”, estão profundamente imbricadas com a questão do consumo e constituem cenário para uma vida confortável, moderna e prazerosa. Existem, ainda, similaridades entre as linguagens utilizadas nessas duas arquiteturas. O objetivo deste trabalho é investigar algumas analogias e as prováveis divergências entre ambas, *Good-Life Modernism* e “bem viver”, a respeito das questões do consumo e da linguagem utilizada. Esta pesquisa envolveu a revista “Casa e Jardim” da década de 1950, além de revistas americanas – algumas técnicas e outras voltadas ao público leigo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Arquitetura de Classe Média. Arquitetura do Bem Viver. Consumo. *Good-Life Modernism*. Revista Casa e Jardim.

## ABSTRACT

*In the 1950s, in the city of São Paulo and in other major Brazilian cities, modern architecture becomes hegemonic and reaches the middle class. In the magazine “Casa e Jardim”, in the same decade, we can see an architecture with modern language and focused on this social layer, which we call “bem viver” (good living). The framework in which “good living” develops is that of the Brazilian modernization in the 1950s, especially of the São Paulo metropolis, with economic, social, political and cultural changes and the increase of economic, political and ideological influence of the United States. The American way of life was considered a model. The “bem viver” also reflects this model, showing parallels with the architecture of Good-Life Modernism, which develops at the end of Second World War in the United States, also geared to the middle class. Both, Good-Life Modernism and “bem viver”, are deeply interwoven to the issue of consumption and provide the set for a comfortable, modern and enjoyable life. There are also similarities between languages used in these two architectures. Our aim is to investigate some analogies and the probable differences between the two, Good-Life Modernism and “bem viver”, regarding the questions of consumption and the language used. Our survey involved the 1950s issues of magazine “Casa e Jardim”, as well as American magazines – some technical and others geared to the lay public.*

**KEYWORDS:** Bem viver architecture. Casa e Jardim magazine. Consumption. Good-life modernism. Middle class architecture.

## INTRODUÇÃO

**NOS ANOS 1950**, em grandes centros brasileiros, inclusive na cidade de São Paulo, a arquitetura moderna torna-se hegemônica e é adotada, também, pela classe média. Esse processo pode ser observado na revista “Casa e Jardim”, constituindo uma arquitetura que poderia ser chamada “bem viver”, cenário para um modo de vida moderno, no qual a questão do consumo está presente de modo marcante. Investigam-se aqui os paralelos entre o “bem viver” e o *Good-Life Modernism*, movimento voltado à produção de habitações unifamiliares, igualmente para a classe média, que surge ao final da Segunda Guerra Mundial, nos Estados Unidos<sup>2</sup>.

Iniciamos a pesquisa sobre habitação com o movimento *Arts and Crafts* e suas ressonâncias no Brasil nos anos 1920, no mestrado. A tese que originou este artigo segue a mesma linha de pesquisa, e também se dedica a uma arquitetura voltada à classe média, utilizando-se como fonte de pesquisa, principalmente, revistas dedicadas ao público leigo.

As referências teóricas principais para esta pesquisa são as leituras críticas da arquitetura moderna de Tafuri e Dal Co (1979) e Colquhoun (2002), que evitam a simples descrição da arquitetura dos “grandes mestres” do Movimento Moderno em Arquitetura. Esses autores mostram sobreposições de linguagens arquitetônicas em determinadas épocas, contradições observadas na historiografia, motivações e realizações do Movimento Moderno. Outra referência é Solà-Morales (1980, p. 12), que propõe “uma mudança conceitual que levaria da história das arquiteturas como vanguardas à história das arquiteturas inseridas nos processos globais de modernização da sociedade”.

Trata-se de um novo panorama que mostra a arquitetura como objeto interdisciplinar, que participa das transformações sociais e culturais de sua época. Quanto ao contexto americano, Ockman (c1997) trata da constituição desse modernismo no Pós-Guerra, a partir da linguagem original do Movimento Moderno, “abraçando” o capitalismo americano e já distante dos princípios originais do movimento.

### OS ANOS 1950 NO BRASIL

Os anos 1950 foram uma época de grandes transformações políticas, econômicas e sociais no Brasil. Houve grandes avanços científicos e tecnológicos e mudanças culturais e comportamentais.

O país encarou a dura realidade de seu subdesenvolvimento e passou por um processo de modernização complexo que envolveu os diversos setores da vida nacional: configurou-se um projeto para a nação, que envolveu uma grande mobilização na sociedade. Havia euforia e otimismo no desejo de transformar a realidade de um país subdesenvolvido e torná-lo uma nação moderna. Disseminava-se esse pensamento nacionalista, de um país rumo ao progresso. Um dos maiores símbolos dessa ideia foi a concepção e a construção de Brasília.

Essas mudanças significaram uma passagem da sociedade rural, abafada pelo tradicionalismo, para o mundo da grande cidade, em busca de um futuro de progresso individual. O Plano de Metas, de Juscelino Kubitschek, aumentaria substancialmente o fluxo migratório às maiores cidades brasileiras, sem, no entanto, procurar soluções para a crise habitacional, aumentando o desnível e a tensão entre periferias e áreas nobres dessas cidades.

Esses migrantes encontravam um país com costumes, hábitos e pessoas diferentes, pois essa modernidade chegava de forma diferente às várias regiões do Brasil e se constituiu inicialmente nos dois maiores centros urbanos – Rio de Janeiro e São Paulo. Além dessas mudanças sociais, nos anos 1950, no campo econômico, ocorre a fase decisiva do processo de industrialização brasileiro, quando se instalam os setores de tecnologia mais avançada.

Acelerar o processo industrial seria a resposta aos problemas estruturais e conjunturais do país, tanto para o governo Vargas (1951-1954) quanto para o de Kubitschek (1956-1961). No caso do último, isso se daria através de uma “política comprometida com o capital estrangeiro” (MEYER, 1991, p. 21) e caracterizada pela instalação de empresas multinacionais. A grande porta de entrada para esse capital e tecnologia foi São Paulo. Foram considerados, nessa decisão, o potencial apresentado pela metrópole e o parque industrial já existente. Todas essas mudanças no campo econômico envolveram um processo de adaptação à nova situação por parte da burguesia, que, ao longo da década de 1950, assumiu definitivamente o poder político.

Além disso, a entrada desse capital e tecnologia, entre outros aspectos, possibilitou grandes transformações na configuração da metrópole paulistana nos anos 1950. Com o poder político e econômico nas mãos da burguesia industrial, reforça-se a “cultura da cidade” (MEYER, 1991, p. 258). Ao lado da expansão horizontal na cidade, acontece o crescimento vertical e o adensamento do centro da metrópole, constituindo-se, ali, novas funções. A expansão acontece de forma tentacular, intensificando o processo de suburbanização<sup>3</sup>.

O fenômeno da metropolização envolve, além desses elementos de natureza físico-espacial, aspectos econômicos, sociais e culturais. Na década de 1950, a cidade de São Paulo já apresenta esses elementos, que a colocam na categoria de “metrópole moderna”. Outro aspecto a ser considerado é o fato de que as décadas de 1950 e 1960 são o momento fundamental na estruturação da nova classe média urbana em São Paulo e em outros grandes centros brasileiros. Essa classe média, ao longo desse período, adota um novo modo de vida – moderno e urbano –, que se caracteriza, entre outros aspectos, pelo consumo de novos produtos, como o automóvel e eletrodomésticos diversos. A mídia mostrava, através de imagens e discursos, que a posse desses novos produtos era sinal de progresso e de modernidade. A difusão desse tipo de vida moderna deu-se, inicialmente, entre as camadas médias e altas, situadas nos grandes centros urbanos brasileiros e, posteriormente, pela força dos meios de comunicação – rádio e televisão –, para as classes menos privilegiadas.

Gostos, preferências, valores, comportamentos, ditos cosmopolitas passam a pontuar a pauta de discussões destes moradores e a orientar a ação destes sujeitos sociais: o hábito de barbearem-se várias vezes na semana, de morarem em apartamentos em vez de casas, de realizarem leitura semanal de revistas, de gozarem de férias, de consumirem determinadas marcas, de se posicionarem a favor do biquíni e do divórcio e a nos revelar aspectos de integração a essa nova ordem mundial, moderna e capitalista em contraposição àquele mundo rural, arcaico, fundamentado na posse da terra e na agricultura de exportação (MARTINI, 2011, p. 35).

Aos poucos, esses novos valores passam a orientar as relações sociais nas grandes cidades. A vida familiar já não era “governada pelo passado, pela tradição, mas pelo futuro, pela aspiração à ascensão individual, traduzida antes de tudo pela corrida ao consumo” (MELLO & NOVAIS, 2012, p. 605). Consolidava-se, assim, a sociedade urbano-industrial e fortalecia-se o mercado consumidor. Assim, nos anos 1940 e 1950, pode-se falar na emergência da sociedade de consumo no Brasil (MARTINI, 2011), conectando-se ao mesmo processo em nível mundial. A sociedade de consumo envolve, antes de tudo, o desejo de se adquirir o luxo, o supérfluo, sendo marcada pela constante insatisfação: uma necessidade satisfeita gera outras necessidades, num ciclo contínuo.

Rio de Janeiro e São Paulo, principalmente, experimentam esses novos valores e esse novo modo de vida como um estado de espírito, uma espécie de aceleração da vida, absorvendo as transformações que aconteciam no mundo. Além disso, na década de 1950, apesar de o Rio de Janeiro permanecer como capital do país, percebe-se uma inversão de papéis entre esta e São Paulo no cenário nacional. Desde a década de 1940, São Paulo também se coloca em evidência no campo da cultura, posição até então ocupada pela Capital Federal. A diversidade de eventos ampliou o cenário das artes e da cultura na metrópole paulistana, promovendo uma ligação estreita com a produção internacional.

Centrados na valorização do elemento nacional e popular, mas com referências de expressões artísticas de outras partes do mundo, surgem, no Brasil, vários movimentos artísticos, que revigoraram o ambiente cultural, como a Bossa Nova e o Cinema Novo. Ou, em alguns casos, consolida-se um movimento que já se iniciara em décadas passadas, como é o caso da arquitetura moderna.

Além dos movimentos artísticos, são criados espaços como o Museu de Arte de São Paulo (MASP), fundado em 1947, e o Museu de Arte Moderna (MAM), criado em 1948. As bienais do MAM, que acontecem a partir de 1951, foram um marco fundamental nas artes plásticas brasileiras. Com sua criação, São Paulo inclui-se definitivamente no cenário internacional das artes plásticas e consolida-se um padrão cultural moderno para a cidade. A elite paulistana sabia que era necessário conviver com o que se produzia a nível mundial – industrial e culturalmente.

Essa escala e complexidade de manifestações culturais apenas são possíveis no interior da metrópole. A classe média consolida-se como consumidora de cultura. Os meios de comunicação expandem-se tanto em relação ao lazer

quanto à informação, e a televisão chega ao Brasil em 1950. Tudo isso aponta para um “embrião de indústria cultural e de massa, e, por isso mesmo, cosmopolita e metropolitana” (MEYER, 1991, p. 35)<sup>4</sup>.

### REFERÊNCIAS AMERICANAS

No imaginário social, no Brasil dos anos 1950, acreditava-se que a modernidade estava prestes a acontecer. Um dos aspectos dessa ideia era a adoção de um padrão de vida diverso, muito próximo ao modelo consumista do capitalismo norte-americano.

Outro aspecto desse processo de modernização é a ampliação da influência econômica, política e ideológica dos EUA no Pós-Guerra: a fim de manterem sua hegemonia, os Estados Unidos precisavam conter a expansão comunista e preservar espaço para o desenvolvimento capitalista, consolidando mercados como o Brasil para a produção industrial e para os investimentos privados americanos.

Esse processo leva à penetração da cultura norte-americana ao redor do mundo, inclusive no Brasil<sup>5</sup>. Tentava-se vender o *American way of life*, utilizando-se, até mesmo, das técnicas de propaganda. Difundia-se, no mundo ocidental, esse modo de vida, que envolvia a produção e o consumo em massa de bens manufaturados, de uso pessoal e doméstico. Divulgava-se conhecimento científico e técnico; expressões artísticas e padrões de comportamento eram apresentados aos brasileiros por meio de veículos como o cinema e as revistas.

### “CASA E JARDIM” E O “BEM VIVER”

Entre as revistas que divulgavam esse novo modo de vida estava “Casa e Jardim”. Fruto desse novo contexto, urbano e moderno, a revista volta-se, principalmente, ao público leigo de classe média: são apresentados conselhos sobre como desenhar, construir e equipar a casa e o que consumir ali. Assim, ao lado de reportagens sobre arquitetura, decoração, culinária e moda, existem, na revista, inúmeros anúncios – que são as peças mais bem-cuidadas –, de grande parte dos itens desejáveis nos anos 1950: objetos e equipamentos modernos, como ar condicionado, som Hi-Fi, televisores, eletrodomésticos, e, ainda, materiais de construção e acabamento associados à linguagem da arquitetura moderna – telhas, pastilhas, pedras, esquadrias –, alimentos, produtos de limpeza.

A publicidade era uma questão bastante complexa e estava intimamente ligada à consolidação da sociedade de consumo. Mostrava-se cada vez mais presente em jornais e revistas, com um destaque que é uma novidade para a época. Os recursos provenientes da propaganda comercial eram fundamentais para a sobrevivência dos veículos de comunicação (MACHADO, 2007). A sequência de projetos arquitetônicos e anúncios, mostrada em “Casa e Jardim”, acaba por vincular ambos. Juntos, anúncios e reportagens<sup>6</sup> ajudam a criar um modelo de casa para a classe média, o *habitat* do novo estilo de vida moderno.

Nesse estilo de vida, o habitar cotidiano é cercado por objetos e vivido por meio deles. “[...] uma pessoa distinta prefere sua residência afinada sem



**FIGURA 1** — Anúncio de tapete.  
**Fonte:** Casa e Jardim (1954, n.10, p.15).



**FIGURA 2** — Sala sem nome.  
**Fonte:** Casa e Jardim (1959, n.52, p.8).

dissonância entre cores e estilos. Os tapetes Chenile insinuam-se lanosa e meigamente às decorações das salas, às curvas de arranjos, para cima e para baixo das escadas. [...] na rica escala de cores” (UM ACORDE..., 1954, p. 15) (Figura 1).

Além disso, essa vida cotidiana não precisaria caracterizar-se por “uma monotonia cansativa:

ela poderia ser cheia de variedades, estímulos e prazeres maravilhosos” (O SEGREDO..., 1954, p. 20). Para isso, procuravam-se prever as necessidades e os desejos de cada morador: o espaço e o mobiliário deveriam ser considerados para formar “um conjunto harmonioso que evitasse colisões de interesses e tendências. [...] Cada um terá o seu móvel preferido no lugar adequado, sem contrariar a ‘esfera’ do outro” (HEDVIG, 1953, p. 24). Cada morador poderia desenvolver suas atividades preferidas: “Somente quando se pode viver como se quer, a vida vale a pena ser vivida” (COM..., 1959, p. 3).

Cultiva-se, ali, uma vida ativa e confortável, em ambientes planejados e equipados com móveis leves, modernos, em cores variadas. Podia-se ler um livro, ouvir música, dançar, conversar, assistir à televisão entre outras atividades. O que se propunha para essa casa era o que existia de mais moderno à época, no país, e que era anunciado na revista. Esses ambientes informais e flexíveis são delineados ao longo das várias edições de “Casa e Jardim” (Figura 2).

Eis aqui um novo tipo de sala para um novo tipo de vida familiar. Esta é uma sala sem nome. Ela tem tantos usos, que desafiamos alguém a classificá-la em uma só palavra. Por ser uma sala como nossos pais não conheceram igual, é uma magnífica ilustração de como nossos lares estão

mudando para se adaptar às nossas necessidades mutáveis como indivíduos e famílias. É o coração da casa e a sala mais usada para reunir grupos de amigos como para leitura e para descanso, ouvir música, e se apresentar a oportunidade para dançar ou assistir à televisão. Pode ser inteiramente aberta no verão ou fechada no inverno (COMO..., 1959, p. 9).

Muitas das características dessa casa são apontadas em “Casa e Jardim” ao longo das várias edições. Em determinada reportagem, ela é denominada “a casa do ‘morar bem’” (HUBERTO, 1958, p. 52). Surge, assim, nossa denominação para essa arquitetura – o “bem viver”.

### **O GOOD-LIFE MODERNISM**

Uma das questões interessantes a respeito da arquitetura do “bem viver” é que ela apresenta paralelos com a casa de classe média do Pós-Guerra americano. Jarzombek (1991, p. 77)<sup>7</sup> cunhou uma expressão para designá-la: o *Good-Life Modernism*. Ele assim a descreve: “Princípios modernistas, ressaltou-se, fundiram-se com as tradicionais virtudes do desenho doméstico para criar uma arquitetura tão convincente que parecia exemplificar o caminho do futuro. E, de fato, as oitenta e duas casas constituíam uma imagem clara; poder-se-ia chamá-las *Good-Life Modernism*”.

O *Good-Life Modernism*, um movimento voltado basicamente ao desenho da casa unifamiliar, envolve uma nova forma de domesticidade e uma nova maneira de se produzir e consumir a arquitetura.

Essa nova forma de domesticidade é mostrada em imagens idealizadas de felicidade, “lançadas por todo o mundo como parte de uma campanha de propaganda cuidadosamente orquestrada” (COLOMINA, c2007, p. 12). Essas imagens mostram produtos atraentes em reportagens e anúncios de revistas: havia um fascínio pelos produtos americanos no Pós-Guerra, até mesmo pela comida, racionada no Reino Unido até os anos 1950.

Outra questão pragmática em relação ao *Good-Life Modernism* era manter o controle do lucrativo negócio da habitação no Pós-Guerra, nos EUA. Este mercado envolvia casas construídas com a tecnologia utilizada para fins militares durante a guerra, transferida para a construção civil.

Os aumentos da produção e do consumo eram vistos como essenciais para o contínuo desenvolvimento do capitalismo americano, e, assim, coloca-se a linguagem moderna ao alcance da família americana média: “Os *Good-Life Modernistas* não pretendiam fazer casas para uns poucos privilegiados, mas para o mercado de massa” (JARZOMBEK, 1991, p. 78).

Dessa forma, a habitação de classe média torna-se um tema de interesse por todo o país; uma questão de identidade nacional (COLOMINA, c2007)<sup>8</sup>. Os agentes responsáveis pelo *Good-Life Modernism* foram revistas de arquitetura – o papel dessas, inclusive daquelas voltadas ao público leigo, foi fundamental –, arquitetos, bancos, a indústria da construção, a imprensa especializada e instituições como o Museu de Arte Moderna de *New York*, o MOMA.

Outra questão essencial é que não se pode pensar o *Good-Life Modernism* sem se considerar os subúrbios, que no Pós-Guerra apresentaram uma expansão sem precedentes. Foi ali que ocorreu o *boom* da habitação, iniciado por volta de 1949, alterando a periferia das grandes cidades americanas. Os subúrbios produzidos em massa constituíram uma alternativa para o alto custo da terra em áreas urbanas. As políticas públicas em cidades como *Los Angeles* promoviam a compra de casas nos subúrbios com ofertas de hipotecas de longo prazo e dedutíveis dos impostos. Entre 1950 e 1960, 11 milhões de casas foram construídas nos subúrbios (WRIGHT, 2008).

“*House & Home*” – a mais importante revista voltada ao público leigo que atuou na definição e constituição do movimento –, pregava uma fusão entre a estética moderna e uma “revitalizada consciência suburbana americana” (JARZOMBEEK, 1991, p. 78). O editorial do primeiro número da revista dizia:

Esse é o Volume 1, Número 1 de uma nova aventura no jornalismo, uma revista cujo evidente e único propósito é ajudar os americanos a encontrar uma melhor maneira de viver, proporcionando-lhes casas melhores a preços que possam pagar. [...]. HOUSE & HOME toma seu nome da crença de que nossa indústria deve à família americana muito mais do que um abrigo. Se a *boa vida* deve ser a herança de todo americano, nós devemos construir em nossas casas [...] todas as alegrias que fazem de uma casa um lar. [...]. Dessa maneira, devemos utilizar o projeto para fazer o lar completo e acrescentar prazer à utilidade. [...] e criar para cada homem um lar para a *boa vida* (CORNERSTONE..., 1952, p. 107, grifos do autor).

Uma das questões envolvidas era a necessidade de se “definir” o que os consumidores “queriam” de forma clara, garantindo que os arquitetos atendessem à nova demanda criada. De forma pragmática:

[...] Para explicar ‘o que os clientes queriam’, boas edificações eram comparadas às ruínas e listas de verificação eram fornecidas para ajudar a identificar as diferenças. De acordo com uma lista de 1954, por exemplo, as casas no novo estilo normalmente tinham que ter planta com ambientes integrados, telhados com pouca inclinação, ambientes de estar internos e externos, dois banheiros e paredes de vidro na sala de estar. A *House & Home* enfatizava que arquitetos e clientes deveriam perceber a expressão arquitetural não como um manifesto individual, mas como um meio para articular a identidade e os valores da comunidade. Este argumento não se baseava num ideal de solidariedade social, mas era o subproduto de uma tentativa de integrar a casa na esfera dos bens de consumo (JARZOMBEEK, 1991, p. 78, grifos do autor).

O MOMA foi um personagem particularmente importante devido a uma série de exposições realizadas ali. Parte delas incluiu protótipos de casas nos jardins do museu, algumas em colaboração com lojas de departamentos e revistas. Em catálogo de uma dessas exposições, *If you want to build a house*, de 1946, logo após o fim da guerra, Mock<sup>9</sup> (1946, p. 6) analisa a linguagem

moderna, voltada à casa de classe média: “A arquitetura moderna [...] não é apenas outro estilo imitativo. É uma atitude em relação à vida, uma abordagem que começa com pessoas ativas e suas necessidades, físicas e emocionais, e tenta satisfazê-las o máximo possível, da melhor forma possível”.

Pode-se dizer que o discurso de Mock sobre o “viver moderno”, catálogos de outras exposições e outras fontes foram traduzidos para o público de classe média, que desejava uma “boa vida” em uma casa que estivesse ao seu alcance. Essa “tradução” é o *Good-Life Modernism*, cujo objetivo era produzir uma arquitetura para uma vida sem aflições, sem angústias ou desejos não atendidos. Pode-se dizer que existe, nessa ideia, uma similaridade com o contexto brasileiro do “bem viver”, de uma vida moderna, ativa, confortável, prazerosa e da definição do *habitat* para ela.

Tanto as casas que produziu o *Good-Life Modernism*, quanto as do “bem viver”, equivalem às casas pragmáticas de Ábalos (c2000). Não é o local para experiências heroicas ou singulares, mas está ligada ao presente, com um olhar positivo ao cotidiano, ao “instante banal como uma experiência estética; [...] da técnica como suporte do conforto; do prazer individual como uma meta legítima e desejável” (ÁBALOS, c2000, p. 178).

### **A LINGUAGEM DO GOOD-LIFE MODERNISM E DO “BEM VIVER”**

Outro aspecto do *Good-Life Modernism* é a forma como se colocou “a linguagem moderna ao alcance da família americana média”. Pode-se dizer que se trata de uma versão do vocabulário formal do Movimento Moderno em arquitetura, desenvolvido nas décadas anteriores por arquitetos como Marcel Breuer e Mies van der Rohe; uma espécie de “mescla” da linguagem moderna e da tradição doméstica americana, em um processo de adaptação da arquitetura do Movimento Moderno ao contexto dos Estados Unidos.

Mock (1946, p. 11) já tratava da adequação da arquitetura moderna aos vários contextos<sup>10</sup>: “Não há casa dos sonhos agradável universalmente, e é essa variedade de interpretações que mantém a arquitetura viva e previne que ela se torne desesperadamente entediante e estandardizada”. A amostragem contida no álbum *82 Distinctive Houses from Architectural Record* considera esses aspectos, contemplando a produção das várias regiões americanas. Vê-se a inspiração em realidades, culturas, climas, paisagens, hábitos e tradições construtivas diversas. Isso contribuía para que essa arquitetura apresentasse forte apelo visual, descrito com palavras como contraste, interesse, drama, imaginação:

[...] o desenho contemporâneo na Califórnia parece determinado por críticos confusos que usam termos como ‘nu’, ‘ascético’ ou ‘insípido’. No entanto, essa casa, que venceu o primeiro prêmio em uma recente competição de *House and Garden*, é uma demonstração mais do que suficiente de que o moderno pode ser tão imaginativo, causar tanta impressão quanto qualquer um desejar. [...] contrastando formas e materiais e linhas longas e fortes para criar um interesse dramático (A SMALL..., c1952, p. 316, grifos do autor).

Esses contrastes, drama e excitação visual são descritos por Jarzombek (1991, p. 77) (Figuras 3 e 4):

De aparência elegante e leve, todas as casas tinham amplos gramados, pátios, generosos beirais no telhado, cozinhas bem equipadas, salas separadas para crianças e salas de estar grandes e despojadas, com panos de vidro abrindo-se para o exterior. Na sala de estar havia uma obrigatória lareira de pedra ou tijolos, sua massa retórica e exagerada e sua textura rústica expressavam contraste com as superfícies lisas das paredes do resto da casa. Invariavelmente, o eixo vertical da chaminé enfatizava o perfil baixo e escalonado do telhado. Os editores apontavam uma ‘apreciação dos materiais locais’, ‘uma hospitalidade no exterior’, e ‘um mínimo de decoração, ao mesmo tempo em que previa [o] equipamento mecânico, serviços e conforto que os americanos valorizam tanto’.

No entanto, mesmo com essa riqueza visual, o desenho das casas apresentava linhas claras e concisas, leveza e precisão geométrica, que reafirmavam a linguagem do Movimento Moderno, transmitindo a impressão de simplicidade e requinte; equilíbrio e harmonia. As características dessa linguagem eram sempre enfatizadas, mesmo quando não correspondiam exatamente à realidade. Quando, por exemplo, as coberturas apresentavam pequena inclinação, as casas eram mostradas a partir de determinado ângulo que fazia parecer que as coberturas eram planas. Os grandes beirais e outros elementos, como varandas e calhas, salientavam essa “quase” horizontalidade.

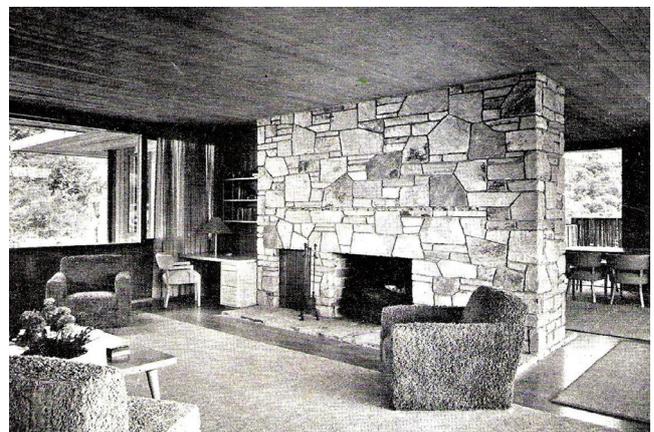
Essa ênfase na linguagem arquitetônica do Movimento Moderno também aparece no “bem viver”: a ideia de horizontalidade é sempre pontuada nos textos e nas imagens de “Casa e Jardim”. Algumas fotos, como no *Good-Life Modernism*, são tiradas a partir de pontos de vista que levam à percepção de que as coberturas são planas, mesmo quando não são.

E, no caso do “bem viver”, é difícil afirmar que existe uma linguagem visual comum a todas as casas. Parte delas não parece “rigorosamente” moderna. Algumas são bangalôs com telhados tradicionais, pois:



**FIGURA 3** — Casa dos carvalhos na Califórnia.

**Fonte:** 82 Distinctive Houses from Architectural Record (c1952, p.118).

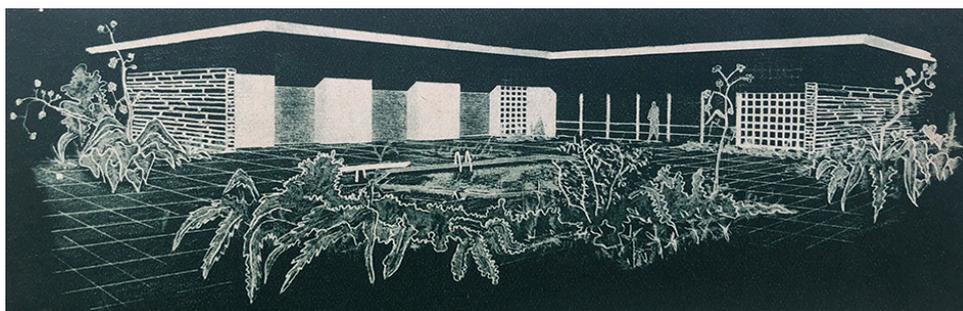


**FIGURA 4** — Lareira em pedra, separando parcialmente o espaço.

**Fonte:** 82 Distinctive Houses from Architectural Record (c1952, p.234).

**FIGURA 5** — Contraste entre materiais e o desenho “leve” e conciso.

**Fonte:** Casa e Jardim (1953, n. 5, p. 17).

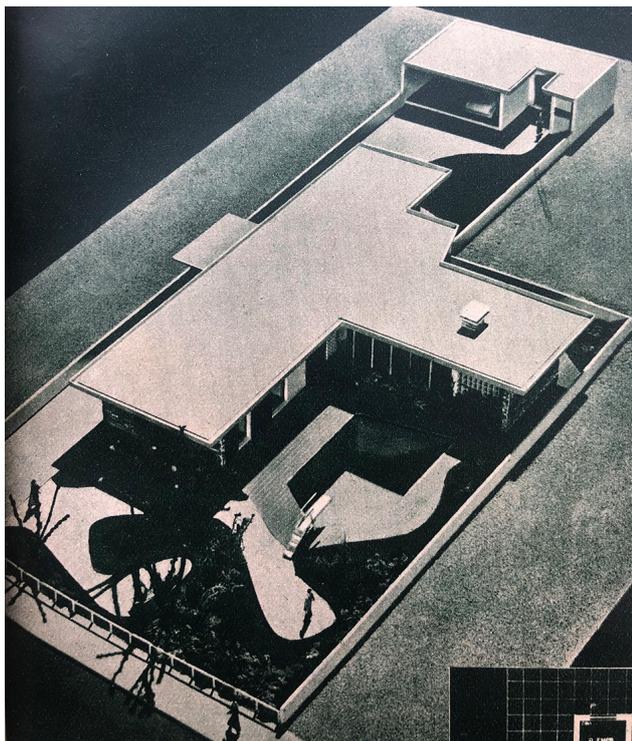


[...] é bem (*sic*) de ver, que não pretendemos nos arvorar em mentores unicamente da arquitetura moderna, condenando tudo o que for antiquado ou tradicional – por isso que existem casas antigas, inúmeras até, muito mais bonitas, do que algumas de um modernismo mal compreendido [...] (DO RASCUNHO..., 1956, p. 68).

Em outras situações, no entanto, vê-se o uso da linguagem do Movimento Moderno de forma mais “pura”. É o caso da residência térrea que seria construída em São Paulo, com teto plano e que se desenvolve em várias alas. A leveza do desenho contrasta com o revestimento em tijolinhos das paredes laterais (RESIDÊNCIA..., 1953) (Figuras 5 e 6). Os mesmos contrastes descritos em relação à arquitetura do *Good-Life Modernism*. Outra residência mostrada reforça a ideia de horizontalidade e de linhas leves e precisas (CARNEIRO, 1957) (Figura 7). Ainda outra casa térrea, em lote de esquina com muito desnível, apresenta cobertura que não é totalmente plana (UMA RESIDÊNCIA..., 1954). Mesmo assim, a ideia de horizontalidade é ressaltada nas fotos, através dos beirais (Figura 8).

**FIGURA 6** — Casa com teto plano, em várias alas.

**Fonte:** Casa e Jardim (1953, n. 5, p. 17).



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A arquitetura moderna, nos anos 1940 e 1950, volta-se a um público muito mais amplo que a clientela inicial do Movimento Moderno, a classe média, tanto nos EUA, quanto no Brasil. Essa estética moderna é apresentada a essa faixa da população, principalmente através das revistas. É um momento de expansão do capitalismo no mundo ocidental, e, no caso do Brasil, de consolidação da sociedade de consumo, processo que já ocorrera no contexto americano. Momento também de adoção de uma forma de vida moderna, na qual o consumo está a cada dia mais presente. Isso se reflete nessa arquitetura, que adota a linguagem moderna, identificada com o futuro, com a modernidade.

Assim, essa habitação reflete esse momento de transformações crescentes após a guerra,



**FIGURA 7** — Residência no Brooklyn.

**Fonte:** Casa e Jardim (1957, n. 39, p. 28).

e torna-se o local para esse novo tipo de vida, constituindo o *Good-Life Modernism* nos Estados Unidos, e o “bem viver” no Brasil. Não se trata mais de projetos exclusivos feitos pelos pioneiros do Movimento Moderno em Arquitetura, com experimentações estéticas, em casas nem sempre fáceis de serem habitadas. As casas do *Good-Life Modernism* e do “bem viver” são especialmente locais para se viver com conforto e praticidade. Fundamental é a vida cotidiana, com seus pequenos fatos e questões. Muitas vezes, essas casas não são assinadas por um arquiteto.

A ideia da arquitetura que se volta ao consumo está presente nos Estados Unidos, onde a própria casa torna-se a mercadoria; no Brasil, apesar de existir o loteamento de áreas para a criação de novos bairros, onde é vista grande parte das casas do “bem viver”, o mercado imobiliário não está tão desenvolvido como nos EUA. Lá já havia um mercado de habitação organizado, em que se articulavam incorporadores, construtores, arquitetos, fabricantes de materiais de construção e de objetos de consumo para a casa, o próprio

governo. Esse mercado ajudou muito na manutenção da atividade produtiva em níveis elevados após a guerra. Condições inexistentes no Brasil.

Em nosso país, essa casa torna-se local para o consumo de produtos variados. A indústria da construção e a da produção de bens de consumo invadem o espaço doméstico e a casa do “bem viver” consolida-se como elemento da sociedade de consumo. Na revista “Casa e Jardim”, o cuidado com os anúncios mostra esse mercado publicitário em expansão, com o incremento do consumo. Essa questão está profundamente relacionada a essa conjuntura urbana de modernização, mostrando a arquitetura inserida em seu contexto.

Existem, sim, como apontado, vários paralelos entre essas arquiteturas, americana e brasileira. Os discursos lá construídos são similares aos que se estabelecem aqui, mas pode-se perceber que, quanto à linguagem utilizada, no *Good-Life Modernism*, ela se mostra mais próxima da linguagem do Movimento Moderno do que no “bem viver”, o que leva a pensar que a adaptação do

**FIGURA 8** — Casa com telhado de pouca inclinação.

**Fonte:** Casa e Jardim (1954, n. 6, p. 20).



Movimento Moderno aos diferentes contextos pode estar relacionada a essa questão. Deve-se lembrar que a arquitetura moderna brasileira erudita é um modelo também para o “bem viver”, era um momento em que ela se tornava hegemônica aqui e era o modelo a ser seguido: modelo de modernidade e exclusividade. Apesar de hegemônica, entretanto, não estava presente de forma marcante em nossas cidades, o que mostra linguagens arquitetônicas diversas sendo utilizadas em uma mesma época e local. “Casa e Jardim” vai divulgar essa estética moderna e tentar “conquistar” a classe média. Assim, as casas devem parecer modernas, mesmo que não o sejam totalmente.

Por fim, ambas as arquiteturas aqui analisadas mostram a arquitetura em sua interdisciplinaridade, participando das transformações sociais e culturais de sua época.

## NOTAS

1. Artigo elaborado a partir da tese de M. S. JANJULIO, intitulada “A arquitetura doméstica da classe média paulistana nos anos 1950: o ‘bem viver’ moderno”. Universidade de São Paulo, 2015.  
Apoio: Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Processo nº 2011/05761-4).
2. A metodologia aplicada aliou a pesquisa bibliográfica às fontes documentais. A principal fonte é a revista “Casa e Jardim”, que foi pioneira entre as revistas dedicadas à casa, especificamente à classe média. Nela, são “traduzidos” conteúdos antes dirigidos a profissionais – arquitetos e engenheiros. Em circulação até os dias de hoje, “Casa e Jardim” teve sua primeira edição em 1953, correspondente aos meses de março e abril, tendo sido, inicialmente, bimestral. Era impressa em *offset* pela Companhia Litographica Ypiranga, que também imprimia *O Estado de S. Paulo* e *Seleções do Reader's Digest*. O recorte temporal e o espacial adotados, na pesquisa da revista, foram os anos 1950, na cidade de São Paulo. São Paulo foi escolhida porque era onde a revista era editada e foi o local onde a modernização ocorrida naquela década, no Brasil, foi mais expressiva. No entanto, existem, na revista, várias reportagens sobre residências localizadas em outros grandes centros brasileiros, como o Rio de Janeiro, principalmente, mas também em cidades como Recife e até mesmo no interior do estado de São Paulo. A partir dessa escolha, pesquisou-se a revista desde o seu início em 1953 e pelos dez anos seguintes. Mostrou-se mais produtiva a década de 1950, em que o discurso construído pela revista se mostra mais “expressivo”, mais coerente. Ao mesmo tempo, investigou-se a arquitetura doméstica nos Estados Unidos, no Pós-Guerra, utilizando como fonte revistas técnicas e outras voltadas ao público leigo, sendo as principais as revistas *Architectural Forum* e *House & Home*, nos anos 1940 e 1950.
3. A arquitetura de classe média que descrevemos localizou-se, em grande parte, nesses novos bairros paulistanos de classe média que se constituem à época, como o *Brooklyn Paulista*, Santo Amaro, Chácara Flora e Morumbi.
4. Meyer (1991) considera marcos da cultura metropolitana todos os fatos (desde que relevantes para a relação metrópole e urbanismo) que constituam um compromisso com uma nova forma de construir, comprar, morar, circular, divertir-se, usufruir e produzir objetos artísticos, comunicar-se e conviver de forma “cosmopolita”.
5. Essa política americana influenciou nos caminhos que tomavam a modernização brasileira, em benefício dos EUA. No entanto, a presença americana remonta ao menos à época da Segunda Guerra Mundial, quando se reforçou a “política de boa vizinhança” entre os Estados Unidos e os demais países americanos, que envolvia o apoio aos aliados no conflito. Conforme Haines (1989) e Tota (2000).

6. Nestes anúncios, a mensagem é transmitida de forma elaborada, com belas imagens, geralmente coloridas. Nas reportagens sobre arquitetura, no entanto, grande parte das fotos é impressa em preto e branco e não se vê o mesmo cuidado na diagramação apresentado nos anúncios.
7. Jarzombek (1991) é citado por Ockman (c1997). Jarzombek resgata, define e nomeia essa produção americana do Pós-Guerra como algo que foi gerado a partir da arquitetura do Movimento Moderno, mas com princípios diversos e uma linguagem adaptada. *Good-Life Modernism* deriva de *good life* (boa vida), expressão bastante repetida à época, em que está implícita a ideia de uma vida confortável como espécie de recompensa, no Pós-Guerra, pelos sacrifícios exigidos durante o conflito.
8. Esta questão fez parte das discussões que se travaram entre o vice-presidente Richard Nixon e o premier Nikita Khrushchev, a respeito do modo de vida americano, em torno de um modelo de cozinha, em julho de 1959, na Exposição Nacional Americana em Moscou. Segundo Nixon, a superioridade americana não repousaria em armas, mas na estável e abundante vida familiar nos modernos subúrbios americanos, em casas equipadas com eletrodomésticos modernos e diferentes papéis para homens e mulheres.
9. Elizabeth B. Mock juntou-se ao MOMA, como freelancer, em 1937. Ela estivera em Taliesin. Com John McAndrew, curador de arquitetura e desenho industrial, organizou a exposição *What Is Modern Architecture?* em 1938. Em 1940, ela tornou-se assistente de McAndrew e depois de ele haver sido demitido, em 1942, assumiu o Departamento de Arquitetura e Desenho Industrial, dirigindo-o durante os anos da guerra. Realizou várias exposições relacionadas à habitação – *Built in the U.S.A.: 1932-1944* (1944), *Tomorrow's Small House: Models and Plans* (1945) e *If You Want to Build a House* (1946) – e, através de seus esforços e de sua irmã, Catherine Bauer, o departamento promoveu o planejamento urbano e a habitação nos anos 1930 e 1940. Ficou no museu até 1946.
10. A arquitetura moderna passa por um processo de revisão a partir dos anos 1930, que Mock (1945, p. 13) define como de humanização, sendo que a arquitetura de classe média, nos anos 1940 e 1950, apresenta uma versão dessa linguagem: “algum processo de humanização era necessário antes que a nova arquitetura fosse aceita de todo coração pelo homem comum, europeu ou americano”. Esse “processo de humanização” teve início ainda nos anos 1930, em vários países, quando o Movimento Moderno passou a experimentar transformações e revisões próprias, requerendo uma maior sensibilidade à persistência das culturas locais e às necessidades da tradição. Nesse processo, características, como a estabilidade e o senso de materialidade, aparecem: existe uma preponderância da massa sobre o volume. São utilizados, ainda, materiais naturais, rústicos e imperfeitos. Existe uma texturização, uma “volta à realidade”, que substituem a leveza e a imaterialidade, com ênfase nos volumes, nos materiais industrializados, com acabamento liso, metálico, perfeito, e na cor branca, que marcam o início do Movimento Moderno. Na linguagem do movimento, originalmente, está presente, ainda, a simplicidade, como a imagem que fazemos da máquina, de algo simples e preciso, que utiliza formas geométricas puras. E, principalmente por razões simbólicas, a cobertura deveria ser plana. Podia ser utilizada como jardim e ressaltava o volume da edificação.

## REFERÊNCIAS

- 82 DISTINCTIVE houses from architectural record. New York: F.W. Dodge Corp., c1952. p. 118-234.
- ÁBALOS, I. *La buena vida: visita guiada a las casas de la modernidad*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, c2000. p. 178.
- A SMALL house of impressive stature. *82 Distinctive Houses from Architectural Record*, p. 316-319, c1952.
- CARNEIRO, D. G. Proprietário, arquiteto, decorador, paisagista falam sobre uma casa. *Casa e Jardim*, n. 39, p. 22-33, 1957.

- CASA E JARDIM. São Paulo: Editora Monumento, 1953-1959.
- COLOMINA, B. *Domesticity at war*. Cambridge: MIT Press, c2007.
- COLQUHOUN, A. *Modern architecture*. Oxford: Oxford University Press, 2002.
- COM o mínimo de manutenção: o máximo de prazer. *Casa e Jardim*, n. 55, p. 3, 1959.
- COMO o nosso mundo particular modificou. *Casa e Jardim*, n. 52, p. 8-9, 1959.
- CORNERSTONE for a New Magazine. *House & Home*, v. 1, n. 1, p. 107, 1952.
- DO RASCUNHO à planta final. *Casa e Jardim*, n. 25, p. 68, 1956.
- HAINES, G. K. *The Americanization of Brazil: a study of U.S. Cold War diplomacy in the Third World, 1945-1954*. Wilmington: SR Books, 1989.
- HEDVIG, A. O lar funcional. *Casa e Jardim*, n. 5, p. 20-24, 1953.
- HUBERTO. A casa do "morar bem". *Casa e Jardim*, n. 45, p. 52-55, 1958.
- JARZOMBEEK, M. "Good Life Modernism" and beyond: the american house in the 1950s and 1960s: a commentary. *The Cornell Journal of Architecture*, v. 4, p. 76-93, 1991.
- MACHADO, P. M. *Casa e Jardim: a revista e a divulgação do ideário moderno na década de 1950*. 2007. 202 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.
- MARTINI, S. R. M. *O IBOPE, a opinião pública e o senso comum dos anos 1950: hábitos, preferências, comportamentos e valores dos moradores dos grandes centros urbanos brasileiros*. (Rio de Janeiro e São Paulo). 2011. 340 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2011. f. 35.
- MELLO, J. M. C.; NOVAIS, F. A. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: SCHWARCZ, L. M. (org.). *História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012. v. 4, p. 559-658.
- MEYER, R. M. P. *Metrópole e urbanismo: São Paulo anos 50*. 1991. 290 f. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1991. f. 21-258.
- MOCK, E. B. *Built in the USA since 1932: a survey of contemporary American architecture*. New York: The Museum of Modern Art, 1945. Catálogo da exposição realizada em 1944, no MOMA: Built in USA - since 1932.
- MOCK, E. B. *If you want to build a house*. New York: The Museum of Modern Art, 1946. p. 6-11.
- OCKMAN, J. Toward a Theory of Normative Architecture. In: HARRIS, S.; BERKE, D. *Architecture of the everyday*. New York: Princeton Architectural Press, c1997. p. 122-152.
- O SEGREDO de sentir-se beatificado. *Casa e Jardim*, n. 11, p. 16-20, 1954.
- RESIDÊNCIA que será edificada à Av. Itacira, em São Paulo. *Casa e Jardim*, n. 5, p. 16-17, 1953.
- SOLÀ-MORALES, R. I. *Eclecticismo y vanguardia: el caso de la Arquitectura Moderna en Catalunya*. Barcelona: Gustavo Gili, 1980. p. 12.
- TAFURI, M.; DAL CO, F. *Modern architecture*. Milan: Faber and Faber, 1979. v. 1.
- TOTA, A. P. *O Imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- UM ACORDE encantado... no reino das melodias: na realização do tapete: uma harmonia feliz para ver e ouvir. *Casa e Jardim*, 1954.
- UMA RESIDÊNCIA em Campinas. *Casa e Jardim*, n. 6, p. 20-23, 1954.
- WRIGHT, G. *USA: modern architectures in History*. London: Reaktion Books, 2008.

### MARISTELA DA SILVA JANJULIO

ORCID iD: 0000-0001-5723-173X | Centro Universitário de Votuporanga | Eixo Humanas e Sociais | Curso Arquitetura e Urbanismo | Av. Nasser Marão, 3069, Pq. Industrial I, 15503-005, Votuporanga, SP, Brasil | E-mail: [janjuliomaristela@gmail.com](mailto:janjuliomaristela@gmail.com)

#### RECEBIDO EM

10/8/2018

#### REAPRESENTADO EM

27/1/2019

#### APROVADO EM

8/2/2019

### COMO CITAR ESTE ARTIGO/HOW TO CITE THIS ARTICLE

JANJULIO, M.S. Arquitetura e consumo no Pós-Segunda Guerra Mundial: os paralelos Brasil-EUA. *Oculum Ensaios*, v. 17, e204328, 2020. <http://dx.doi.org/10.24220/2318-0919v17e2020a4328>