



Marco Antonio Magalhães Lima

O consumo estético-simbólico do sofá

Tese de Doutorado

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design do Departamento de Artes e Design do Centro de Teologia e Ciências Humanas da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Design.

Orientador: Prof. Alberto Cipiniuk

Rio de Janeiro,
Março de 2015



Marco Antonio Magalhães Lima

O Consumo estético-simbólico do sofá

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Design. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Alberto Cipiniuk

Orientador

Departamento de Artes & Design – PUC-Rio

Prof. Marcos da Costa Braga

FAU-USP

Profa. Fernanda de Abreu Cardoso

EBA-UFRJ

Profa. Rita Maria de Souza Couto

Departamento de Artes & Design – PUC-Rio

Profa. Irina Aragão dos Santos

Departamento de Artes & Design – PUC-Rio

Profa. Denise Berruezo Portinari

Coordenadora Setorial do Centro de Teologia
e Ciências Humanas – PUC-Rio

Rio de Janeiro, 5 de março de 2015

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

Marco Antonio Magalhães Lima

Graduado em Desenho Industrial pela EBA-UFRJ em 1986. Mestre em Ciências de Engenharia de Produção pela COPPE-UFRJ em 1999. Iniciou a atividade profissional no campo do Design de Produto em 1983, começando a lecionar em 1991. Desde 1999 trabalha como professor no Curso de Design da PUC-Rio.

Ficha Catalográfica

Lima, Marco Antonio Magalhães

O consumo estético-simbólico do sofá / Marco Antonio Magalhães Lima ; orientador: Alberto Cipiniuk. – 2015.

224 f. : il.(color.) ; 30 cm

Tese (doutorado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2015.

Inclui bibliografia

1. Artes e design – Teses. 2. Design. 3. Sofá. 4. Consumo. 5. Violência simbólica. I Cipiniuk, Alberto. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Artes e Design. III. Título.

CDD: 700

Aos meus pais, Leda e Elcy, *in memoriam*,
que propiciaram minha vinda à Terra e
orientaram meus primeiros passos para
esta vida, com muito carinho, paciência
e compreensão.

À Cristina e Larissa.

Agradecimentos

Ao meu orientador Alberto Cipiniuk pelo apoio, competência, disponibilidade, generosidade e enorme paciência.

Aos funcionários do Departamento de Artes e Design por sua atenção e presteza.

Aos fabricantes de sofás que consentiram que seus respectivos funcionários fossem entrevistados.

Aos consumidores e usuários de sofás que na maioria das vezes interromperam suas atividades para conceder-me uma entrevista.

À Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro por viabilizar a realização deste trabalho.

Aos integrantes da banca examinadora pelas contribuições.

Aos colegas e amigos da PUC-Rio, participantes ou não do programa de pós-graduação, pela atenção e paciência ao longo do curso.

Resumo

Lima, Marco Antonio Magalhães; Cipiniuk, Alberto. **O consumo estético-simbólico do sofá**. Rio de Janeiro, 2015. 224p. Tese de Doutorado - Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Este trabalho procura verificar o consumo do sofá da sala por agentes posicionados entre as camadas popular ou média baixa no espaço social carioca sob a ótica da dominação simbólica proposta por Bourdieu. Nesse contexto entendemos que simbolicamente esse consumo poderia ser reflexo da expressão individual desse sujeito ou fruto de um processo coercitivo de inculcação gerado pelas instâncias de legitimação e consagração que atuam no campo de design. Para essa verificação, além do apoio da teoria de Pierre Bourdieu, lançamos mão de uma investigação sobre a produção e uso social, no ocidente, dos assentos próximos ao que hoje entendemos ser um sofá, bem como procuramos averiguar como se deu a formação do que chamamos de sala da casa no Brasil. Juntamente a esse aporte teórico realizamos uma pequena pesquisa de campo, de caráter qualitativo, em um primeiro momento com indústrias de sofá, para conhecer como esse produto é elaborado, e, posteriormente, com consumidores, para entender como se dava sua decisão de escolha do sofá. Assim sendo, com a conjugação da teoria supracitada ao trabalho de campo, foi possível confirmar a presença de violência simbólica oriunda dos processos de inculcação, que, associada ao arbitrário social de como uma casa deve ser, exerce forte pressão sobre esses agentes pela aquisição de um modelo hegemônico de sofá.

Palavras-chave

Design; sofá; consumo; violência simbólica.

Abstract

Lima, Marco Antonio Magalhães; Cipiniuk, Alberto (Advisor). **The aesthetic and symbolic consumption of sofa.** Rio de Janeiro, 2015. 224p. Ph.D Thesis - Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This work aims to verify the living room sofa consumption by agents positioned between the popular and lower middle layers in the Carioca social space from the perspective of symbolic domination proposed by Bourdieu. In this context, we understand that symbolically this consumption could be a reflection of individual expression of this subject or the result of a coercive process of inculcation generated by instances of legitimation and consecration working in the design field. To check this with the support of Pierre Bourdieu's theory we employ an investigation about the social production and use of it, in the West, of the seats next to what we now understand to be a sofa and tried to figure out how the formation of what we call living room in a Brazilian home came to be. Along with this theoretical framework, we conducted a small field research, qualitative at first, with sofa industries, to know how this product is prepared, and later with consumers, to understand how your decision to choose the sofa was made. Thus, with the combination of the above mentioned theory with the field work, it was possible to confirm the presence of symbolic violence that, coming from the inculcation processes associated with the social arbitrary as a home should be, puts strong pressure on these agents for the acquisition of a hegemonic model of sofa.

Keywords

Design; sofa; consumption; symbolic violence.

Sumário

Sumário	8
Lista de figuras	10
Lista de Tabelas	12
1 Introdução	13
2 O sofá e a sala	23
2.1. O sofá, fragmentos de uma origem e seu desenvolvimento	24
2.2. Considerações sobre a sala da casa da camada média urbana brasileira	51
3. A indústria do sofá	73
3.1 O projeto do sofá e o campo do design	73
3.2 A produção e a distribuição do sofá	83
4 Considerações sobre os agentes da recepção de estofados	92
5 Pesquisa de campo	109
5.1 Entrevistas com os fabricantes de sofás	110
5.1.1 Resumo da entrevista com o fabricante “A”	114
5.1.2 Resumo da entrevista com o fabricante “B”	120
5.1.3 Resumo da entrevista com o fabricante 'C'	124
5.1.4 Análise das entrevistas com os fabricantes de sofás	133
5.2 Entrevistas com os consumidores de sofás	144
5.2.1 Resumo da entrevista 1 com Rose	149
5.2.2 Resumo da entrevista 2 com Janine	155
5.2.3 Resumo da entrevista 3 com Carlos	159

5.2.4 Resumo da entrevista 4 com Dalva	163
5.2.5 Resumo da entrevista 5 com Fátima	167
5.2.6 Resumo da entrevista 6 com Tânia	171
5.2.7 Resumo da entrevista 7 com Carmen	176
5.2.8 Resumo da entrevista 8 com Selma	182
5.2.9 Análise das entrevista com os consumidores de sofás	187
5.3. Conclusão geral das entrevistas	203
 6 Conclusão	 210
 7 Referências bibliográficas	 216
Artigo ou matéria de jornal	220
Sites da Internet	221
 Anexo 1	 223
Pauta da entrevista com os fabricantes de sofás	223
 Anexo 2	 224
Pauta da entrevista com os consumidores/usuários de sofá	224

Lista de figuras

Figura 1. Sofá Marshmallow	13
Figura 2. Buble-club	13
Figura 3. Lockheed Lounge	14
Figura 4. ROBERT CAMPIN. Anunciação, 1427–1432	26
Figura 5. Modelo de Cassapanca, Florença século XVI	27
Figura 6. JAN STEEN, Visita de Médico 1658-62	29
Figura 7. Sofá Knole, 1610-1620	30
Figura 8. Bed (Lit à la turque) Jean-Baptiste Tilliard 1686-1766	33
Figura 9. Confidante folheada a ouro, século XIX	34
Figura 10. JACOB ROUBO - Desenhos em vista de Grandes assentos – 1769	36
Figura 11. Desenho de sofá. The Cabinet-Maker and upholsterer's Drawing-Book, T. SHERATON 1751-1806	37
Figura 12. Sofá Biedermeier, Praga 1825	39
Figura 13. Exemplo de sofá Chesterfield	40
Figura 14. Sofá em Jacarandá e tecido. Século XVIII	44
Figura 15. Marquesa em Jacarandá e Palinha, século XIX	45
Figura 16. Anúncio da Drago no Jornal Correio da Manhã de 26/02/1950	47
Figura 17. Anúncio da Drago no Diário da Noite de 20/08/1949	48
Figura 18. Sofá 3 lugares do grupo estofado 8137 Móveis Cimo S.A. Fabricado a partir de 1950.	50
Figura 19. THOMAS ENDER Casa em São Paulo – Aquarela, 1817	54
Figura 20. Secção de um palácio parisiense em 1853	63
Figura 21. Fluxo do projeto do móvel estofado (BERNARDI, 1997: 3)	79
Figura 22. Fluxo lógico da produção (BERNARDI, 1997: 13)	85
Figura 23. Imagem da Loja da Fibras Arte	89

Figura 24. Imagem da Loja Tok Stok – Curitiba	89
Figura 25. Imagem da Loja das Casas Bahia	91
Figura 26. Imagens de grupos estofados da Loja do Ponto Frio	111
Figura 27. Sofá da sala de Rose	152
Figura 28. Sofá da sala de Carlos	161
Figura 29. Sofá da sala de Carlos	161
Figura 30. Sofá da sala de Dalva	165
Figura 31. Sofá da sala de Tânia	176
Figura 32. Sofá da sala de Carmen (frontal)	180
Figura 33. Sofá da sala de Carmen (lateral)	180
Figura 34. Sofá da sala de Selma (lateral)	185
Figura 35. Sofá da sala de Selma	185
Figura 36. Representação do sofá hegemônico de dois e três lugares respectivamente	204
Figura 37. Representação de duas opções do sofá hegemônico no formato em “L”	204
Figura 38. Representação do sofá hegemônico com dispositivos de extensão do assento e reclinção do encosto	205

Lista de Tabelas

Tabela 1 – Informações pessoais	203
Tabela 2 – Sobre a casa e hábitos	203
Tabela 3 – Sobre a compra do sofá	204