

A Valorização da família como estratégia de objetificação de um “novo morar” na exposição Janelas CASACOR 2020

Carina Seron da Fonseca (UFPR, Brasil)
anirac.sf@gmail.com

Cláudia Regina Hasegawa Zacar (UFPR, Brasil)
claudiahzacar@gmail.com

A Valorização da família como estratégia de objetificação de um "novo morar" na exposição Janelas CASACOR 2020

Resumo: O ano de 2020 foi marcado por uma crise sanitária no Brasil e no mundo, em virtude da pandemia da Covid-19. Nesse contexto, a mostra de arquitetura, design e paisagismo CASACOR, que usualmente ocorre em formato presencial, adaptou-se e criou a edição Janelas CASACOR, em formato físico-digital. Nesse novo formato, foi apresentado o que se chamou de tendências de um “novo morar”, vinculado à pandemia. Desse modo, este trabalho tem como objetivo analisar a estratégia Valorização da família, utilizada no design de interiores em exposição na mostra Janelas CASACOR 2020 para objetificar esse “novo morar”. Para tanto, adota-se uma perspectiva interdisciplinar a partir dos Estudos da Cultura Material em diálogo com trabalhos das disciplinas de Design, Arquitetura e História. Para a análise, parte-se de uma abordagem dos Estudos Culturais, em articulação com os estudos das imagens. Tem-se como objeto de análise fotografias, textos e vídeos divulgados pela organização da mostra em três guias digitais e no site oficial do evento.

Palavras-chave: Janelas CASACOR, Cultura Material, Novo morar, Pandemia da Covid-19, Design de Interiores

Valuing the family as a strategy for objectifying a "new dwelling" at the Janelas CASACOR 2020 exhibition

Abstract: *The year of 2020 was marked by a health crisis in Brazil and in the world, due to the Covid-19 pandemic. In this context, the architecture, design and landscaping exhibition CASACOR, which usually takes place in a face-to-face format, adapted itself and created the Janelas CASACOR edition, in a physical-digital format. In this new format, what were called trends of a "new dwelling", linked to the pandemic, were presented. Thus, this work aims to analyze the strategy of Valuing the family used in the interior design at display at the Janelas CASACOR 2020 exhibition to objectify this "new dwelling". For this purpose, we adopted an interdisciplinary perspective from the Studies of Material Culture in dialogue with works from the disciplines of Design, Architecture and History. The analysis is based on a Cultural Studies approach, in articulation with Image Studies. The analysis objects are photographs, texts and videos released by the organization of the exhibition in three digital guides and on the official website of the show.*

Keywords: *Janelas CASACOR, Material Culture, New dwelling, Covid-19 pandemic, Interior Design.*

1. Introdução

No início de 2020, uma crise sanitária deflagrada pela pandemia da Covid-19 atingiu o Brasil e o mundo. Nesse contexto, a fim de conter a propagação do vírus, a Organização Mundial da Saúde (OMS) recomendou algumas medidas restritivas como, por exemplo, o uso de máscaras e do álcool em gel, o distanciamento social e a adoção da quarentena. Na ocasião, foram adotadas no Brasil as práticas do trabalho remoto, em diversas áreas, e do ensino remoto, por parte de instituições públicas e privadas. Além disso, como forma de evitar grandes aglomerações, governos municipais e estaduais decretaram o cancelamento e o adiamento de eventos abertos ao público (GOVERNO..., 2020; BRASIL..., 2020).

Entre esses eventos, tem-se a CASACOR, mostra de arquitetura, design e paisagismo criada em 1987 na cidade de São Paulo - SP, que ocorre usualmente em formato presencial, em especial, em capitais brasileiras. As edições da mostra ocorrem anualmente, em grandes espaços expositivos privados, e recebem um público pagante de milhares de pessoas. Os visitantes podem circular entre os ambientes expostos e observá-los em detalhes, bem como ter acesso a informações acerca dos materiais utilizados nos projetos, das empresas parceiras e dos profissionais envolvidas/os (HISTÓRIA, 2021; SOBRE, 2021).

Nesse sentido, em 2020 a marca se adaptou e apresentou uma edição especial, em formato físico-digital, denominada de *Janelas CASACOR*. A edição se propôs a apresentar o que chamou de tendências de um “novo morar”, atravessado pela pandemia e idealizado para o pós-pandemia. O evento ocorreu entre os meses de outubro e dezembro, em 13 cidades brasileiras, e apresentou 124 ambientes expostos em contêineres e espaços comerciais vedados, como vitrines, sendo possível apenas a apreciação do ambiente pelo lado de fora. Além da possibilidade do público apreciar as vitrines, também foram disponibilizados, no site oficial¹ da edição, fotografias, textos, vídeos com as/os profissionais apresentando os espaços, um *tour* em 3D de cada ambiente e 11 guias digitais, um por edição (JANELAS CASACOR, 2021).

Diante do exposto, cabe salientar que este artigo integra uma dissertação de mestrado denominada <omitido>, na qual foram identificadas quatro estratégias utilizadas no design de interiores em exposição na *Janelas CASACOR* 2020 para objetificar um “novo morar”. As estratégias são *Constituição de um ideal de refúgio*, *Incorporação de noções de assepsia*, *Integração de ambientes* e *Valorização da família*. Desse modo, este trabalho tem por objetivo

1 *Janelas CASACOR* 2020: <https://edicao-2020.janelascasacor.com/>

analisar a estratégia de *Valorização da família* utilizada pela mostra para objetificar esse “novo morar”. Como recorte, apresentamos a análise de três ambientes, sendo eles *Espaço Família*, *Sala da memória* e *Sabores da vida*. Para tanto, adotamos uma perspectiva interdisciplinar, a partir dos Estudos da Cultura Material e em diálogo com trabalhos das disciplinas de Design, Arquitetura e História.

Em relação aos Estudos da Cultura Material, partimos do conceito de “objetificação”, do antropólogo Daniel Miller (1987), que trata do processo de mútua constituição entre sujeitos e objetos, que se dá em um contexto social e histórico específico. Desse modo, consideramos que os ambientes de interiores domésticos expostos na mostra *Janelas CASACOR 2020*, por meio de seus artefatos e arranjos espaciais, objetificam experiências, valores, bem como modos de ser e de viver em sociedade.

No que tange à análise, adotamos uma abordagem a partir dos Estudos Culturais, considerando os estudos das imagens. Tomamos como objeto de análise fotografias, textos de apresentação dos ambientes, e vídeos com as/os profissionais, divulgados nos guias digitais das edições *Janelas CASACOR 2020* e no site oficial do evento. Entendemos que os guias digitais, utilizados como fonte desta pesquisa, consistem em mídias de estilo de vida que, por meio de seus discursos textuais e imagéticos, deflagram valores, comportamentos e padrões de gosto (SANTOS, 2015).

A respeito do método, a escolha dos ambientes, *Espaço Família*, *Sala da memória* e *Sabores da vida*, se deu a partir de um mapeamento dos 124 ambientes expostos na mostra, sistematizado por meio de um *Protocolo de registro de imagens*, adaptado de <omitido>. A partir desse mapeamento foi possível levantar e tratar dados referentes à mostra como, por exemplo, informações a respeito das/os profissionais envolvidas/os e os locais onde os ambientes foram expostos. Após o tratamento desses dados, as estratégias de objetificação utilizadas pela mostra foram identificadas, e 18 ambientes, dos 124, foram selecionados para a análise. Nesse sentido, os três ambientes apresentados neste trabalho foram selecionados para compor a análise da estratégia *Valorização da família*.

Para a análise, foi aplicado um roteiro em duas etapas, *Descrever* e *Relacionar*, adaptado de <omitido>². A primeira etapa trata da descrição da imagem, considerando o espaço; os artefatos; as cores; os volumes; e as

2 Em seu roteiro, a autora baseia-se nos estudos sobre a imagem a partir de referências como: ROSE, Gillian. **Visual Methodologies**: an introduction to the interpretation of visual materials. London: Sage Publications, 2007; MAUAD, Ana Maria. Na mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX.

matérias primas. A segunda etapa busca relacionar o conteúdo da imagem com: o texto de apresentação do ambiente; o conteúdo de outros ambientes; e o contexto em que o ambiente está inserido. Desse modo, pretendemos construir análises pautadas na contextualização histórica das configurações dos espaços domésticos e dos modos de morar. A partir das análises, discutimos como esse “novo morar” se relaciona com padrões de moradia de segmentos médios e abastados, disseminados a partir do fim do século XIX no Brasil, tendo em vista possíveis transformações, continuidades e atualizações desses padrões no decorrer do século XX.

A seguir, apresentamos uma breve contextualização sobre a mostra *Janelas CASACOR 2020* e, em seguida, a análise da estratégia *Valorização da família*, utilizada pela mostra para objetificar um “novo morar”.

2. *Janelas CASACOR 2020* e o “novo morar”

A mostra *Janelas CASACOR 2020* ocorreu entre os meses de outubro e dezembro, em 13 cidades brasileiras³, e contou com a participação de 11 edições⁴. Foram expostos 124 ambientes em espaços públicos e privados abertos ao público em geral como, por exemplo, estacionamento, praia, praças, parque, centro de convenções, shoppings centers, comunidades, entre outros. Conforme mencionado, a exposição apresentou um formato físico-digital, sendo possível a apreciação das vitrines pessoalmente ou a partir do site oficial da marca (JANELAS CASACOR, 2021).

Cabe destacar algumas informações gerais identificadas a partir do mapeamento dos ambientes expostos. Das 124 vitrines, 97 consistem em ambientes de interiores domésticos. Em relação às/aos profissionais, de 192, 109 são mulheres e 83 são homens⁵. Do total, 155 são arquitetas/os, 14 são designers de interiores, 19 possuem as duas formações, 2 são artistas, 1 é engenheiro e 1 é autodidata (JANELAS CASACOR, 2021).

Os ambientes foram expostos, majoritariamente, em bairros nobres das cidades participantes, com exceção de 4 vitrines expostas em regiões à

Anais do Museu Paulista, São Paulo, v.13, n.1, p. 133-174, jan. - jun. 2005 e GERVEREAU, Laurent. **Ver, compreender, analisar as imagens**. Lisboa: Edições 70, 2004.

3 Fortaleza - CE; Recife - PE; Salvador - BA; Brasília - DF; Vitória - ES; Belo Horizonte - MG; Ribeirão Preto - SP; São Paulo - SP; Curitiba - PR; Balneário Camboriú - SC; Blumenau - SC; Florianópolis - SC e Criciúma - SC.

4 CASACOR *Brasília*; CASACOR *Ceará*; CASACOR *Minas Gerais*; CASACOR *Paraná*; CASACOR *Espírito Santo*; CASACOR *Pernambuco*; CASACOR *São Paulo*; CASACOR *Desafio Janelas*; CASACOR *Santa Catarina*; CASACOR *Bahia* e CASACOR *Ribeirão Preto*.

5 A identificação de mulheres e homens foi feita a partir de seus nomes.

margem dos centros, sendo três em São Paulo - SP: *Galeria Fazendinhando* na comunidade Paraisópolis, *Cozinha comunitária alimentação saudável sacolão Freguesia do Ó* no distrito de Brasilândia, *Ateliê Sukha* em Cidade Tiradentes, e uma em Recife - PE: *Co-working Entra Apulso*, na comunidade Entra Apulso. Este fato é destacado como uma novidade na frase de apresentação da edição da *CASACOR São Paulo*: “São Paulo traz 19 ambientes distribuídos por toda cidade, e vai até comunidades distantes do Centro. A nova forma de morar é inclusiva, tecnológica e, acima de tudo, afetiva” (JANELAS CASACOR, 2021). Porém, cabe salientar que, diferente da maioria dos ambientes, essas vitrines não se configuram como interiores domésticos, mas como espaços idealizados para as comunidades como *co-working*, ateliê de arte para crianças, cozinha comunitária e galeria de arte. Nesse sentido, a mostra não parece se preocupar com outras formas de morar que não as de bairros nobres, comumente abordadas pela marca.

Essa ideia vem ao encontro do público-alvo da marca *CASACOR*. De acordo com <omitido> (2018), o público da primeira edição do evento, consistiu em “senhoras da sociedade”. Mais tarde, dados apresentados em um Mídia Kit de 2017, acessado por <omitido> (2018), apontam que o público, na ocasião, era composto por pessoas pertencentes às classes A (59%) e B (38%), em especial mulheres (75%). Considerando os locais em que as edições da *Janelas CASACOR 2020* ocorreram, esse padrão parece não ter sofrido grandes alterações nos últimos anos.

A respeito das empresas parceiras, a marca *CASACOR* conta com patrocinadores oficiais como a *Coral*, fabricante de tintas, e a *Deca*, empresa de louças e metais para cozinha e banheiro, ambas destacadas no site da mostra. Além disso, há outras empresas locais que atuam como patrocinadoras nas cidades em que as edições da mostra ocorrem anualmente.

No que tange ao discurso do “novo morar”, os textos editoriais dos 11 guias digitais, escritos pelas/os diretoras/es das edições e disponíveis no site da *Janelas CASACOR*, apresentam o conceito da mostra a partir do ponto de vista da marca. A palavra “janelas”, amplamente mencionada nos textos, é abordada como a protagonista do evento, conforme se nota no texto “Janelas de Esperança”, da *CASACOR Bahia*:

Por destino, uma peste, nos fez voltar a uma condição há muito esquecida. Trancados em nossas moradas, isolados de nossos afetos, sofrendo por reprimir nosso impulso gregário, temos atravessado esse assombroso ano de 2020. E aí elas, as Janelas, foram nosso refúgio e nosso sopro de alegria. Das janelas era possível ver o tempo que se arrastava, desfrutar da alegria de observar um bicho ou um raro humano passante. E ainda ouvir uma música distante e manifestar nosso agrado ou nosso desagrado

com o desenrolar da vida. E se víamos, também éramos vistos. As Janelas foram, então, uma forma vibrante de expressão e uma pequenina explosão de liberdade. (CASACOR BAHIA, 2021, p. 16)

Nesse sentido, as janelas são tratadas como mediadoras da relação dentro-fora, no contexto do isolamento social. A palavra é abordada nos âmbitos físico e espiritual, como “janelas do lar” e “janelas da alma”. Além disso, há referências às janelas como uma abertura para o novo (CASACOR ESPÍRITO SANTO, 2021; CASACOR BRASÍLIA, 2021). Observam-se nos textos palavras em tom motivacional como, por exemplo, união; perseverança; resiliência; reinvenção; revolução; reflexão; adaptação; entre outras (CASACOR CEARÁ, 2021; CASACOR ESPÍRITO SANTO, 2021; CASACOR BAHIA, 2021; CASACOR BRASÍLIA, 2021). Essas ideias podem ser interpretadas como uma oportunidade de transformação a partir de um contexto negativo, o da pandemia da covid-19.

Apesar do discurso universalizante e romantizado da mostra em relação às janelas, cabe salientar que as janelas protagonizaram outros papéis no período como, por exemplo, painéis em diversas cidades do Brasil, em oposição às atitudes negacionistas tomadas pelo então presidente, Jair Messias Bolsonaro, diante da chegada e da disseminação do coronavírus no país (CIDADES..., 2020). Além do Brasil, pode-se citar um exemplo ocorrido na Colômbia, em que pessoas em situação de vulnerabilidade social colocaram tecidos vermelhos nas janelas como uma forma de pedir socorro em relação à fome, que assolou algumas regiões do país (OQUENDO, 2020).

As necessidades deflagradas pela pandemia, como a adoção do trabalho remoto e do estudo remoto, e mudanças na rotina em família, também são destacadas nos textos editoriais. Conforme apresentado no texto da CASACOR CEARÁ (2021, p. 12): “Precisamos encarar nosso planeta como nossa casa; estar junto aos nossos amigos, à nossa família; ajudar a todos que precisam [...]”. Essas ideias também aparecem associadas à saudade do encontro, à união das pessoas, e ao espaço da casa, que comporta a família reunida, entre outros.

Desse modo, observa-se em fotos, vídeos e textos de apresentação dos ambientes expostos, algumas motivações que deflagraram as estratégias utilizadas pela mostra para objetificar um “novo morar”. A seguir, apresentamos a análise e a discussão acerca da estratégia de *Valorização da família*.

3. A Valorização da família

A *Valorização da família* é abordada em diversos ambientes da mostra *Janelas CASACOR 2020* como, por exemplo, o *Espaço Família*⁶, a *Sala da Memória*⁷ e o *Sabores da Vida*⁸. O tema família aparece, em especial, a partir de mudanças deflagradas pela pandemia que impactaram a rotina de parte das residências brasileiras, em que foi possível aderir ao isolamento social. Com isso, pessoas de uma mesma família passaram a conviver por mais tempo, ao mesmo tempo em que familiares passaram esse período afastadas/os, em casas e/ou cidades diferentes.

Em relação ao modelo de família abordado pela mostra, não é possível inferir que haja um modelo específico. Considerando as edições passadas, bem como a história da *CASACOR*, em um primeiro momento poderíamos sugerir que se tratar de um modelo de “família nuclear”, heteronormativa: pai, mãe e filhas/os (<omitido>, 2018). Entretanto, a partir do mapeamento dos 124 ambientes, não foram observadas menções diretas a modelos de família, assim como não foram encontradas sugestões de uso para crianças e/ou filhas/os, exceto nos ambientes destinados às comunidades, que não dizem respeito a interiores domésticos.

A estratégia *Valorização da família* é adotada na mostra a partir de dois aspectos: memória/ancestralidade e cozinhar/reunir. Ao primeiro aspecto, podemos relacionar os ambientes *Espaço Família* e *Sala da memória*. O *Espaço Família*⁹ foi idealizado por Arnaldo Pinho, Isabel Veiga e Mônica Pinto, do escritório MAAI Arquitetos Associados, exposto na edição *CASACOR Brasília*, no Parque da Cidade Sarah Kubitschek em Brasília – DF. O ambiente consiste em um *home office* e foi apresentado em um contêiner de modelo 20 pés.

A iluminação do ambiente se dá de modo indireto, a partir do trilho localizado no forro, bem como de uma arandela na parede, à direita. O forro e o piso possuem textura amadeirada e as duas paredes laterais estão pintadas em um tom de azul da *Coral*, denominado “luar misterioso” (MAAI..., 2020). A parede ao fundo é tomada por prateleiras feitas em MDF, pintadas

6 Imagens do ambiente disponíveis em: <https://edicao-2020.janelascasacor.com/projeto/espaco-familia/>

7 Imagens do ambiente disponíveis em: <https://edicao-2020.janelascasacor.com/projeto/carolina-campos-e-maria-magalhaes/>

8 Imagens do ambiente disponíveis em: <https://edicao-2020.janelascasacor.com/projeto/beatriz-miranda/>

9 Imagens do ambiente disponíveis em: <https://edicao-2020.janelascasacor.com/projeto/espaco-familia/>

do mesmo azul presente nas paredes. Sobre as prateleiras, estão diversos elementos decorativos, predominantemente, em vidro e/ou cristal e outros materiais pintados de uma cor metálica, dourada. Entre os objetos, destacam-se letras caixa, taças, garrafas, livros, cabeça de caveira, miniaturas de automóveis e de aeronave, molduras vazias de porta-retratos, concha, miniatura de violão, pratos decorativos, partes de bonecas (cabeça, pernas, braços), imagens sacras, caixas, um relógio antigo e uma pequena sanfona, um álbum de fotografia de bebê (estilo comum na década de 1990), entre outros. O fundo das prateleiras é todo de espelho.

À esquerda, há uma mesa com pés de cavalete em madeira e base de vidro, que consiste no aparador *Marisa* de Sérgio Rodrigues, com uma cadeira também em madeira e assento em couro. Sobre a mesa, nota-se uma máquina de escrever “antiga”, de modelo mecânico ou analógico. No centro do espaço, observa-se um sofá com estrutura em madeira e estofado na cor branca, com detalhes em “palhinha”, design de Bruno de Carvalho. À direita, tem-se uma poltrona com estofado em couro, denominada *Lia*, também de Sérgio Rodrigues.

De acordo com o texto de apresentação e o “vídeo com profissional”, a inspiração do ambiente consiste na aproximação dos núcleos familiares e nas memórias e histórias de família. Conforme a arquiteta Isabel Veiga, o projeto tem como uma de suas parcerias, objetos de família da artista visual Valéria Pena-Costa (CASACOR BRASÍLIA, 2021; MAAL..., 2020). Esses objetos fazem parte de um trabalho da artista, desenvolvido durante a quarentena, denominado *Filho Pródigo*. Nas palavras da artista a respeito de seu trabalho, “Venho tentando tornar preciosos objetos banais e fragmentos ordinários do tempo” (VALÉRIA..., 2023).

A escolha desses objetos, e o dourado das peças, pode ser entendida como um modo de eternizar as memórias de família, conferindo a elas status de relíquia. Desse modo, esses elementos dourados, associados à ideia de solidez, contrastam com os objetos em vidro e/ou cristal, material comumente relacionado à fragilidade, mas que sem sofrer impactos, consiste em um material durável. Pode-se relacionar essa fragilidade com o período em que o ambiente foi criado, diante das incertezas da pandemia, assim como a ideia de durável pode ser associada à ideia de “preservar-se”, no que tange aos cuidados contra o vírus. Além disso, as molduras vazias na estante podem ser interpretadas a partir da ideia de ausência ou de perda de familiares, dado o contexto da mostra.

Nota-se que, apesar de ser um *home office*, sobre a mesa há uma máquina de escrever e não um *notebook*, ou materiais de escritório, como observa-se em outros espaços *home office* da mostra. A máquina de escrever remonta

a séculos passados e pode ser entendida no espaço como uma peça expositiva ou decorativa, que compõe o acervo de um “mini museu” familiar. Também, o objeto pode ser associado ao imaginário da literatura, do jornalismo, uma espécie de relíquia intelectual relacionada à memória. Nesse sentido, o *Espaço Família* parece se configurar mais como um ambiente voltado à contemplação e à rememoração da família, do que como um espaço de trabalho remoto.

Cabe mencionar o mobiliário assinado por Sérgio Rodrigues (1927-2014), a mesa *Marisa* (1959) e a poltrona *Lia* (1962)¹⁰, assim como o sofá *Joaquim*, design de Bruno de Carvalho, inspirado no mobiliário de Joaquim Tenreiro (1906-1992) (BRESSIANI, 2022), que é conhecido por seu trabalho com materiais de fibra e “palhinha” no final da década de 1940, uma referência no que tange ao processo de modernização do mobiliário brasileiro (PONTUAL, 2009). A referência ao modernismo brasileiro é observada também em outros ambientes da mostra. Nota-se, nesse sentido, que esses mobiliários remontam às casas das décadas de 1950 e 1960, período que pode ser relacionado às casas dos avós de pessoas agora adultas. Essa ideia reforça os conceitos de memória e de família, abordados no ambiente.

O outro ambiente consiste na *Sala da memória*¹¹, projetado pelas arquitetas Carolina Campos e Maria Magalhães. O ambiente foi exposto na edição *CASACOR Minas Gerais* em uma sala comercial com aproximadamente 25m², no Shopping DiamondMall em Belo Horizonte – MG. Nas paredes do ambiente predominam as cores lilás e amarelo mostarda. O piso apresenta textura cimentícia e a iluminação se dá de modo indireto, por meio de *spots* no teto. À esquerda, na parede, observa-se uma cortina de linho e, em frente, há um quadro suspenso, preso ao teto, da artista Claudia Jaguaribe, que remete à ideia de uma janela para a área externa à casa. Na parede ao fundo, há um recuo com um aparador de madeira com portas em “palhinha”. Sobre ele, observam-se duas luminárias com formato circular, xícaras e pratos, bem como uma cafeteira, aperitivos para comer e pacotes de grãos de café.

Na parede ao fundo, à direita, há um conjunto de quadros de estilo abstrato. No centro do ambiente estão alguns tapetes sobrepostos, dentre os quais destacam-se um colorido e outro com tons de verde, em degradê. Sobre os tapetes, notam-se duas mesas de centro com tampo em formato redondo e, sobre elas, algumas peças decorativas. Uma dessas peças apresenta elementos

10 Disponível em: <https://linbrasil.com.br/produtos/>

11 Imagens do ambiente disponíveis em: <https://edicao-2020.janelascasacor.com/projeto/carolina-campos-e-maria-magalhaes/>

entrelaçados que, considerando o contexto, podem ser associados às relações familiares. Ao redor das mesas, à esquerda, estão duas poltronas estofadas na cor roxa e, à direita, um sofá de formato semicircular, de uma cor verde acinzentada. Além do sofá, há um *puff* de couro em cor marrom com uma manta, que aparenta ser feita em tricô.

Conforme o texto de apresentação e o “vídeo com profissional”, o ambiente nasceu de um abraço, algo raro no período de pandemia. Trata-se de um espaço para “estar junto”, abrigar e construir memórias. O texto destaca cartas “antigas” escritas à mão, que podem ser vistas no “vídeo com profissional”, trocadas entre a avó e o avô da arquiteta Maria Magalhães. O vídeo se inicia com uma frase, retirada de uma dessas cartas: “É na tua ausência que eu posso avaliar o quanto você é importante para mim” (CAROLINA..., 2020).

A questão da ausência e da falta, bem como a menção às cartas da avó e do avô, podem ser interpretadas, além do âmbito nostálgico, a partir do alto número de pessoas idosas, vítimas fatais da covid-19, em 2020 (LEVY, 2021). Também a menção ao abraço é ressaltada no texto de apresentação, por meio das formas orgânicas do sofá e das poltronas, escolhidas pelas arquitetas de modo a simular a linguagem do abraço. Além disso, pode-se relacionar o abraço à saudade, uma vez que muitos familiares foram impossibilitados de estarem juntos, durante o isolamento social.

Essas cartas podem ser relacionadas, ainda, à máquina de escrever, localizada no ambiente *Espaço Família*, ambas são formas não mais usuais de comunicação, que remontam ao passado. Outro elemento em comum entre os ambientes é o mobiliário brasileiro contemporâneo, em especial o sofá *Joaquim*, de Bruno de Carvalho, e o Buffet *Aero*, idealizado pela Plataforma4, que tem como inspiração a estética e os materiais que eram utilizadas no mobiliário do movimento brasileiro *Branco & Preto* (BUFFET..., 2023), proveniente da década de 1950 como, por exemplo, a “palhinha” (PONTUAL, 2009). Desse modo, nota-se que os dois ambientes adotam em seus projetos peças de design que aludem às décadas de 1940, 1950 e 1960.

No outro aspecto, cozinhar/reunir, tem-se o ambiente *Sabores da Vida*¹² criado pela arquiteta Beatriz Miranda, exposto na edição *CASACOR Ceará* em um contêiner, modelo 20 pés, próximo à Praia do Mucuripe em Fortaleza – CE.

Observa-se a predominância de elementos em madeira no espaço como o armário, que ocupa toda a parede ao fundo do ambiente, assim como o balcão da pia, o piso, o teto e as paredes laterais. Atrás do armário, há na parede um revestimento em pedra natural e algumas folhagens, dispostas rente

12 Imagens do ambiente disponíveis em: <https://edicao-2020.janelascasacor.com/projeto/beatriz-miranda/>

à parede. Sobre as prateleiras e nichos do armário, estão alguns elementos como, por exemplo, xícaras, copos, pratos, livros, vasos, cestos, condimentos e vasos de plantas. O tampo do balcão da pia apresenta textura marmorizada, nas cores branca e cinza, assim como o tampo da mesa, destinada às refeições. Sobre o balcão, nota-se um bolo caseiro. Acompanhando a mesa, há um sofá cinza de dois lugares e duas cadeiras na cor preta. À direita, além de uma geladeira, tem-se uma ilha com fogão de mesa e apoio para o preparo das refeições. A ilha é revestida com azulejos pintados à mão, pela artista Olga Maria Miranda, com figuras de flores de mandacaru (CASACOR CEARÁ, 2021).

De acordo com o texto de apresentação e o “vídeo com profissional”, a proposta é trazer um novo olhar para o ambiente da cozinha, que vai além do preparo das refeições e busca integrar a familiar ao espaço. A cozinha é abordada, ainda, como um ambiente integrado à casa (CASACOR CEARÁ, 2021; BEATRIZ..., 2020), conforme nota-se no trecho do “vídeo com profissional”, o cômodo “[...] antes já era um espaço central da casa, com esse momento delicado foi como um coração da casa” (BEATRIZ..., 2020).

No que tange à centralidade dada a cozinha, cabe salientar que nem sempre ela teve destaque na configuração das residências. Conforme Carvalho (2020), anterior aos palacetes do final do século XIX, nas plantas dos sobrados oitocentistas, na cidade de São Paulo – SP, a cozinha ocupava a área de serviços da casa e a sala de jantar consistia em um ambiente multifuncional e informal, ocupado pelas mulheres. No final do século XIX, ocorreram mudanças na configuração dos sobrados, influenciados pelo estilo de vida burguês, que deflagrou a especialização dos cômodos. Nesse contexto, a sala de jantar passou a ser um espaço predominantemente masculino, associado a práticas de legitimação da família e de valores tradicionais.

Mais tarde, no início do século XX, nas cidades de São Paulo – SP e Rio de Janeiro – RJ, ocorreram mudanças nas cozinhas brasileiras das casas dos segmentos médios e abastados, influenciadas por medidas higienistas deflagradas por surtos epidêmicos da época. Nesse sentido, a cozinha foi integrada à casa e deixou de ser um lugar desprezado, relacionado às mulheres, para ser um ambiente higiênico e modernizado (CARVALHO, 2020).

De acordo com a arquiteta, durante o isolamento social a cozinha foi como o “coração da casa”. Conforme Veríssimo e Bittar (1999), durante a década de 1980, em residências brasileiras de classe média-alta, ocorreram mudanças de hábitos a partir da “eletromodernização” da cozinha e da popularização das refeições congeladas. Nesse contexto, pessoas de uma mesma família passaram a fazer suas refeições em momentos diferentes, bem como fora de casa. A cozinha, nesse sentido, deixou de ser o “coração da

casa”, configurando-se como um depósito de eletrodomésticos, nas palavras dos autores, “congelando as relações familiares”. Assim, o costume ancestral de reunir a família passou a ser mais comum, por exemplo, em momentos de férias.

Desse modo, entendemos que a cozinha aparece de forma atualizada, no que tange às suas formas de uso, a partir do resgate de práticas “tradicionais” como reunir a família à mesa para as refeições. O ambiente sugere que a família se reúna para cozinhar, e essa ideia parece estar associada a uma espécie de *hobby*, intensificado durante o isolamento social. Um trecho do “vídeo com profissional” confirma essa ideia, ao mencionar que a cozinha no período foi “[...] como um pulsar de experiências, de convívio, de união familiar, todos juntos descobrindo o prazer dos temperos, do sal, do doce e dos sabores da vida” (BEATRIZ..., 2020).

4. Considerações finais

Diante do exposto, pode-se afirmar que a *Valorização da família* não é uma novidade. Notamos que a estratégia se materializa nos ambientes analisados a partir da rememoração de histórias de família, bem como da prática de cozinhar e fazer refeições em família. Entretanto, salienta-se que algumas dessas questões protagonizaram o período de pandemia, em 2020, também a partir de outros pontos de vista, diferentes dos idealizados na mostra.

No que tange à saudade, cabe mencionar a perda de familiares vítimas do coronavírus, que afetou centenas de milhares de famílias no país. De acordo com um estudo realizado pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), em 2020, o número de óbitos em decorrência da Covid-19 no Brasil foi de 230.452 mil pessoas, sendo a maioria (175.471 mil) de pessoas idosas (LEVY, 2021). A respeito da convivência familiar, destaca-se que, em 2020, ocorreu o aumento da violência doméstica no país no período de isolamento social. Esses dados apontam que a casa, e o convívio familiar, não necessariamente se configurou como um espaço de harmonia e de união (SEM..., 2022)

No que se refere ao momento de cozinhar em família, muitos fatores contribuíram para que as pessoas passassem mais tempo na cozinha, que não apenas o prazer de cozinhar ou um *hobby* em família. Por exemplo, algumas famílias de classes média e alta, diante da impossibilidade de receber as empregadas domésticas em suas casas ou de fazer suas refeições fora de casa, passaram a cozinhar por necessidade (PRANGE, 2020). Também nesse período a ideia de “alimentação saudável” foi associada a uma maneira de fortalecer a imunidade e assim prevenir-se do vírus (ALIMENTAÇÃO..., 2020).

Também as mulheres foram amplamente impactadas, no que tange à sobrecarga de trabalhos no espaço doméstico durante a pandemia, e isso incluiu

a prática cotidiana de cozinhar e de organizar as refeições da família (SEM..., 2022). Além disso, as trabalhadoras domésticas foram colocadas em risco, ao deslocarem-se para outras casas, diante da obrigação de continuarem seus trabalhos mesmo no período de isolamento social (FERRITO; MAEDA, 2020).

Cabe mencionar, ainda, que de acordo com o Segundo Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia de Covid-19 no Brasil, em estudo publicado em 2022, o Brasil voltou a fazer parte do Mapa da Fome da ONU. São 33,1 milhões de pessoas em situação de insegurança alimentar, um aumento de 14 milhões de novas/os brasileiras/os em situação de fome. O estudo aponta que 58,7% da população está convivendo com a insegurança alimentar, seja em grau leve, moderado ou grave (GUEDES, 2022). Além disso, em 2020, o país registrou alta nos preços de alimentos e no gás de cozinha, que impactou diretamente o orçamento das famílias de renda mais baixa (MÁXIMO, 2021).

Referências

ALIMENTAÇÃO para fortalecer a imunidade em tempos de Covid-19. Alimentação. Viver bem. **Unimed**. 26 mai. 2020. Disponível em: <https://www.unimed.coop.br/viver-bem/alimentacao/alimentacao-para-fortalecer-a-imunidade-em-tempos-de-covid-19>. Acesso em: 17 jan. 2023.

BEATRIZ Miranda. Projetos. **Janelas CASACOR**, 2020. Disponível em: <https://edicao-2020.janelascasacor.com/projeto/beatriz-miranda/>. Acesso em: 19 out. 2021.

BRASIL confirma primeiro caso do novo coronavírus. **Governo do Brasil**. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2020/02/brasil-confirma-primeiro-caso-do-novo-coronavirus>. Acesso em: 15 jan. 2022.

BRESSIANI, Morgana. Bruno de Carvalho agora é designer exclusivo da +55 Design. Moda e Design. **Glamurama**. Uol. 06 out. 2022. Disponível em: <https://glamurama.uol.com.br/moda-e-design/bruno-de-carvalho-agora-e-designer-exclusivo-da-55-design/>. Acesso em: 07 jan. 2023.

BUFFET Aero. Buffet. **Lider Interiores**. Disponível em: <https://www.liderinterioresloja.com.br/buffet/buffet-aero-d>. Acesso em: 08 jan. 2023.

CAROLINA Campos e Maria Magalhães. Projetos. **Janelas CASACOR**, 2020. Disponível em: <https://edicao-2020.janelascasacor.com/projeto/carolina-campos-e-maria-magalhaes/>. Acesso em: 19 out. 2021.

CARVALHO, Vânia Carneiro de. **Gênero e Artefato: O Sistema Doméstico na Perspectiva da Cultura Material - São Paulo, 1870-1920.** São Paulo: Edusp/Fapesp, 2020.

CASACOR BAHIA. Editorial. In: GRUPO ABRIL. **Guia Digital Janelas CASACOR 2020.** Disponível em: <https://edicao-2020.janelascasacor.com/guia/casacor-bahia/>. Acesso em: 19 out. 2021.

CASACOR BRASÍLIA. Editorial. In: GRUPO ABRIL. **Guia Digital Janelas CASACOR 2020.** Disponível em: <https://edicao-2020.janelascasacor.com/guia/casacor-brasil>/. Acesso em: 19 out. 2021.

CASACOR CEARÁ. Editorial. In: GRUPO ABRIL. **Guia Digital Janelas CASACOR 2020.** Disponível em: <https://edicao-2020.janelascasacor.com/guia/casacor-ceara/>. Acesso em: 19 out. 2021.

CASACOR ESPÍRITO SANTO. Editorial. In: GRUPO ABRIL. **Guia Digital Janelas CASACOR 2020.** Disponível em: <https://edicao-2020.janelascasacor.com/guia/casacor-espírito-santo/>. Acesso em: 19 out. 2021.

CASACOR MINAS GERAIS. Editorial. In: GRUPO ABRIL. **Guia Digital Janelas CASACOR 2020.** Disponível em: <https://edicao-2020.janelascasacor.com/guia/casacor-minas-gerais/>. Acesso em: 19 out. 2021.

CIDADES registram peneiras contra Bolsonaro durante e depois de pronunciamento. **Política. G1.** 18 mar. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/18/sao-paulo-rio-recife-belo-horizonte-e-fortaleza-registram-peneiras-durante-pronunciamento-de-jair-bolsonaro.ghtml>. Acesso em: 10 jan. 2023.

FERRITO, Bárbara; MAEDA, Patrícia. Na pandemia, por que serviço doméstico é classificado como essencial?. **Justiça. Carta Capital.** 28 mai. 2020. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/sororidade-em-pauta/na-pandemia-por-que-servico-domestico-e-classificado-como-essencial/>. Acesso em: 15 jan. 2023.

GOVERNO de São Paulo decreta quarentena de 15 dias em todo estado por causa do coronavírus. **G1. Jornal Nacional.** 21 mar. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/03/21/governo-de-sao-paulo-decreta-quarentena-de-15-dias-em-todo-o-estado-por-causa-do-coronavirus.ghtml>. Acesso em: 15 jan. 2022.

GUEDES, Aline. Retorno do Brasil ao Mapa da Fome da ONU preocupa senadores e estudiosos. **Agência Senado.** 14 out. 2022. Disponível em:

<https://www12.senado.leg.br/noticias/infomaterias/2022/10/retorno-do-brasil-ao-mapa-da-fome-da-onu-preocupa-senadores-e-estudiosos>. Acesso em: 10 jan. 2023.

HISTÓRIA. CASACOR. Disponível em: <https://casacor.abril.com.br/historia/>. Acesso em 10 dez. 2021.

JANELAS CASACOR. **Edição 2020**. Janelas CASACOR. Disponível em: <https://edicao-2020.janelascasacor.com/sobre/>. Acesso em 19 out. 2021.

LEVY, Bel. Estudo analisa registros de óbitos por Covid-19 em 2020. Notícias. Comunicação e informação. **Fiocruz**. 25 ago. 2021. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/estudo-analisa-registro-de-obitos-por-covid-19-em-2020>. Acesso em: 06 jan. 2023.

MAAI Arquitetos Associados. Projetos. **Janelas CASACOR**, 2020. Disponível em: <https://edicao-2020.janelascasacor.com/projeto/espaco-familia/>. Acesso em: 19 out. 2021.

MÁXIMO, Wellton. Gás de cozinha sobe mais que o dobro da inflação em 2020. Economia. **Agência Brasil**. 12 jan. 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-01/gas-de-cozinha-sobe-mais-que-o-dobro-da-inflacao-em-2020>. Acesso em: 10 jan. 2023.

MILLER, Daniel. **Material culture and mass consumption**. Oxford: Basil Blackwell, 1987.

OQUENDO, Catalina. A fome como bandeiras nas janelas da Colômbia. Pandemia de coronavírus. Internacional. **El país**. 18 abr. 2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/internacional/2020-04-18/a-fome-como-bandeira.html>. Acesso em: 10 jan. 2023.

PRANGE, Astrid. O adeus à empregada?. Notícias. **Uol**. 16 set. 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/deutschewelle/2020/09/16/o-adeus-a-empregada.htm>. Acesso em: 17 jan. 2023.

PONTUAL, Julice Almendra Freitas Mendes de Carvalho. **Formas de morar no Brasil entre os 50 e os 70**. Dissertação (Mestrado em Design, tecnologia e cultura). Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2009.

SANTOS, Marinês Ribeiro dos. **O Design Pop no Brasil dos anos 1970: Domesticidades e relações de gênero na decoração de interiores**. Curitiba: Ed. UFPR, 2015.

SEM parar: o trabalho e a vida das mulheres na pandemia. **Mulheres na pandemia**. Disponível em: <https://mulheresnapandemia.sof.org.br/>. Acesso em: 08 set. 2022.

SOBRE. **CASACOR**. Disponível em: <https://casacor.abril.com.br/sobre/> . Acesso em: 10 dez. 2021.

VALÉRIA Pena-Costa. Artistas. **M'ART**. Disponível em: <https://www.mart.art.br/artista-valeria-pena-costa/>. Acesso em: 07 jan. 2023.

VERÍSSIMO, Francisco Salvador; BITTAR, William Seba Mallmann Bittar. **500 anos da casa no Brasil**: As transformações da arquitetura e da utilização do espaço de moradia. Rio de Janeiro: Ediouro, 1999

Como referenciar

DA FONSECA, Carina Seron. ZACAR, Cláudia Regina Hasegawa. A estratégia de objetificação “Valorização da família” na exposição Janelas CASACOR 2020 **Arcos Design**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, pp. 53-71, jul./2023. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/arcosdesign>.

DOI: <https://www.doi.org/10.12957/arcosdesign.2023.73367>



A revista **Arcos Design** está licenciada sob uma licença Creative Commons Atribuição – Não Comercial – Compartilha Igual 3.0 Não Adaptada.

Recebido em 09/02/2023 | Aceito em 04/05/2023