

Eiffel, Copan e Montreal: análise do morar moderno a partir de anúncios publicitários

Beatriz Vilela Hübner

Orientação: Profa. Dra. Sabrina Studart Fontenele Costa (Escola da Cidade).

Pesquisa: Iniciação Científica, bolsa do Programa de Iniciação Científica da Escola da Cidade, 2019-20.

Este artigo apresenta a imagem de três empreendimentos modernos projetados por Oscar Niemeyer (Eiffel, Copan e Montreal) a partir da leitura crítica de propagandas publicitárias e notícias veiculadas em jornais e revistas entre 1950 e 1970, período em que São Paulo passava por um processo de metropolização. Dessa forma, foi possível compreender como os edifícios, todos associados ao Banco Nacional Imobiliário, eram representados e vendidos na época em que foram projetados e construídos. Todas as mudanças advindas desse decurso, aliadas às discussões de economia construtiva e espacial, às novas tecnologias e à legislação

vigente, resultaram em uma experimentação de novos arranjos habitacionais que atendiam à grande demanda por moradia na metrópole. Assim, os anúncios levantados e as imagens e textos neles contidos foram entendidos como uma camada de compreensão de processos culturais e sociais. Com base nesse imaginário ligado aos edifícios, foram analisados os modos de morar propostos pela arquitetura moderna e que, nos casos abordados, configuram-se em dois tipos principais de tipologias diferentes: as quitinetes (presentes no edifício Montreal e no Copan) e os apartamentos duplex (presentes no edifício Eiffel).

Palavras-chave: arquitetura moderna; cultura visual; Oscar Niemeyer.

Eiffel, Copan, and Montreal: an analysis of modern living from advertisements

This article introduces images of three projects designed by Oscar Niemeyer (Eiffel, Copan, and Montreal) taken from ads and news published in newspapers between 1950 and 1970, a period in which São Paulo was going through an urbanization process. This article goal was to understand how the buildings, all associated with the Banco Nacional Imobiliário, were pictured and sold by the time they were designed and built. All those changes, combined with discussions of constructive and space economics and new technologies, plus the time legislation, resulted in experimentation with new housing arrangements that met the great demand for housing in Sao Paulo city. The selected ads and the images and texts were then understood as a layer of cultural and social processes. Based on this imagery connected to the buildings, this article analyzed the ways of living proposed by modern architecture. Then, they were divided into two main typology types: studios (Montreal and Copan) and duplex apartments (Eiffel).

Keywords: modern architecture; visual culture; Oscar Niemeyer.

Eiffel, Copan y Montreal: análisis del vivir moderno a partir de anuncios publicitarios

Este artículo presenta la imagen de tres proyectos modernos diseñados por Oscar Niemeyer (Eiffel, Copan y Montreal) a partir de la lectura crítica de anuncios publicitarios y noticias difundidas en periódicos y revistas entre 1950 y 1970, período en el que São Paulo atravesaba un proceso de metropolización. De esa manera, se pudo entender cómo se representaron y fueron vendidos los edificios, todos asociados al Banco Nacional Inmobiliario, en el momento de su diseño y construcción. Todos los cambios derivados de ese curso, combinados con discusiones sobre economía constructiva y espacial y nuevas tecnologías, así como la legislación vigente, dieron como resultado una experimentación con nuevos arreglos habitacionales que cubrieron la gran demanda de vivienda en la metrópolis. Así, los anuncios planteados y las imágenes y textos contenidos en ellos fueron entendidos como una capa de comprensión de los procesos culturales y sociales. A partir de esa imaginaria conectada a los edificios, se analizaron las formas de vida propuestas por la arquitectura moderna y que, en los casos abordados, se configuran en dos tipos principales de tipología diferenciada: los estudios (presentes en los edificios Montreal y Copan) y los departamentos dúplex (presentes en el edificio Eiffel).

Palabras clave: arquitectura moderna; cultura visual; Oscar Niemeyer.

1. INTRODUÇÃO

O processo de metropolização de São Paulo se deu nas primeiras décadas do século XX, momento de expansão econômica, demográfica e territorial da cidade, vinculado a uma nova sociedade industrial. No Centro Novo, atualmente conhecido como distrito República, foram implantadas diversas funções atreladas a comércio, serviços, lazer e habitação, conferindo à área um dinamismo social e cultural (COSTA, 2015). O aumento da demanda por moradia, devido ao crescimento populacional, e mudanças normativas que favoreciam a construção em maiores alturas na região central estimularam a iniciativa privada a investir na área, que ganhava contornos e formas definitivas, alterando irrevogavelmente a antiga cidade cafeeira.

Nos primeiros anos da década de 1950, Oscar Niemeyer atuou na cidade de São Paulo tendo como cliente principal uma incorporadora imobiliária, a Companhia Nacional de Comércio (CNI). Dentre os anos 1950 e 1956, o arquiteto projetou tanto edifícios comerciais, caso do Triângulo e Califórnia, quanto habitacionais, caso do Eiffel, Copan e Montreal.

As obras acima citadas, ainda que hoje sejam aceitas e estudadas pela historiografia, fazem parte de uma produção bastante específica do arquiteto, em que ele trabalhou em associação direta com o mercado imobiliário. Em 1958, poucos anos após a conclusão de seus projetos contratados pela CNI, Niemeyer publicou na revista *Módulo* um ensaio intitulado "Depoimento", em que fez uma autocrítica de seus trabalhos anteriores ao Museu de Caracas (1955) e Brasília (1956-1960).

Essa atitude de descrença, que as contradições sociais ensejam com relação aos objetivos da profissão, levou-me por vezes a descuidar de certos problemas e a adotar uma tendência excessiva para a originalidade, no que era incentivado pelos próprios interessados, desejosos de dar a seus prédios maior repercussão e realce. (NIEMEYER, 1958 apud XAVIER, 2003, p.238).

O depoimento de Niemeyer foi publicado três anos após outro artigo, escrito

por ele na revista "AD-Arquitetura e Decoração", intitulado "O problema social na arquitetura", em que discorria sobre a atuação dos arquitetos atrelada ao mercado imobiliário e criticava a displicência da iniciativa privada frente aos problemas sociais do país (NIEMEYER, 1955 apud XAVIER, 2003). Ambos os textos se inseriam em um contexto de consolidação do campo arquitetônico e de uma autonomia disciplinar, delimitada pela separação entre a obra e o projeto (SILVA, 2013b).

Silva (2013b) constrói uma linha argumentativa sobre a formação do campo arquitetônico no Brasil. Além da separação entre o projeto e a obra, provocada pela dissociação entre a "atividade profissional da finalidade comercial, advinda do enfoque na função social da arquitetura e no caráter político-cultural da disciplina" (SILVA, 2013b, p.217), a autora afirma que, no momento da consolidação deste campo, havia outra segmentação que distinguia a atividade associada ao mercado de outra, dita erudita.

Dispersa no discurso desses arquitetos, presente nos bancos das escolas e na historiografia da arquitetura brasileira, essa distinção impingiu uma visão negativa à produção privada, pelo vínculo direto que se estabelece com a especulação imobiliária e o uso comercial da terra destituído de qualquer compromisso social. Assim, observou-se o início de uma leitura positiva das obras públicas, pelo que elas potencialmente poderiam contribuir para a construção da nação, especialmente entre os anos de 1930 e 1960, considerados os anos de glória da arquitetura moderna brasileira (SILVA, 2013b).

De certa forma, essa divisão dentro do campo hierarquizou a produção arquitetônica e, em grande medida, foi responsável por relegar a arquitetura associada ao mercado imobiliário a um lugar de menos prestígio ou relevância. No entanto, os edifícios advindos dessa produção tiveram um papel crucial na consolidação e difusão da arquitetura moderna em São Paulo, bem como no ensaio de diversas tipologias habitacionais.

A experimentação de novas formas tipológicas nos projetos habitacionais modernos é um dos pontos de encontro entre a história da arquitetura e as histórias social e cultural. O estudo dessas obras não é relevante apenas por seu grande valor arquitetônico, mas por ser

um ponto de intersecção entre diferentes campos do conhecimento.

Diante desse contexto, o presente artigo analisa três obras habitacionais de Niemeyer encomendadas e comercializadas pelo Banco Nacional Imobiliário (BNI), os edifícios Eiffel, Copan e Montreal, a partir de suas representações em mídias impressas entre as décadas de 1950 e 1960, período que compreende os tempos de projeto, construção e ocupação desses edifícios. Os projetos foram construídos visando diferentes camadas sociais e possuem tipologias distintas, que vão de quitinetes (nos edifícios Copan e Montreal) a apartamentos duplex (no Edifício Eiffel), passando por apartamentos com dois ou três dormitórios, no Copan.

Ao considerar esses edifícios enquanto produtos, ou seja, como mercadoria da iniciativa privada, compreende-se como eles eram vendidos e representados, evidenciando novas nuances de um período complexo de formação social, cultural e morfológica de São Paulo. Os anúncios se configuram como artefatos midiáticos que operam no imaginário coletivo e social, em que se engendram representações estereotípicas, repetindo e transgredindo valores (PIRES, 2007). Como tais, são imbuídos de signos datados e territorializados que trazem informações significativas sobre os espaços que representam e sua cultura e sociedade.

O desenvolvimento do trabalho teve como parte fundamental do escopo teórico e metodológico a cultura visual. Sob essa perspectiva, a análise dos anúncios de jornal levantados ganha potência e revela informações importantes sobre a imagem atrelada à arquitetura moderna e sobre a sociedade e cultura do período estudado. Portanto, toda a análise imagética e textual dos anúncios foi feita a partir das premissas levantadas por esse debate.

Assim, os anúncios selecionados e as imagens e textos neles contidos foram lidos e entendidos como uma camada de compreensão de processos culturais e sociais. De acordo com Martins (2015), muitas vezes, no contexto da propaganda, há uma repetição de assuntos que são tratados de maneira bastante particular. O exercício de se debruçar sobre essas repetições e tentar entender a maneira como os temas são abordados pode trazer novas perspectivas

e leituras sobre o que se queria vender (um produto, mas, também, um jeito específico de se viver, uma visão de mundo).

Meneses (2003) aponta que as múltiplas camadas semânticas dos objetos visuais, por serem parte constituinte dos processos culturais e sociais, alimentam o imaginário, mas também o constroem e ressignificam continuamente.

Também aos objetos visuais não convém a ideia positivista de documento (ainda que de origem): documento é aquilo capaz de fornecer informações a uma questão do observador, qualquer que seja sua natureza tipológica, material ou funcional. É preferível, portanto, considerar a fotografia (e as imagens em geral) como parte viva de nossa realidade social. Vivemos a imagem em nosso cotidiano, em várias dimensões, usos e funções. O emprego de imagens como fonte de informação é apenas um dentre tantos (inclusive simultaneamente a outros) e não altera a natureza da coisa, mas se realiza efetivamente em situações culturais específicas, entre várias outras. A mesma imagem, portanto, pode reciclar-se, assumir vários papéis, ressemantizar-se e produzir efeitos diversos. (MENESES, 2003, p.29).

A cultura visual atrelada à cultura material — os anúncios rebatidos na compreensão dos projetos — inseridas em um contexto social, espacial e cultural específico urdiram todos os caminhos deste artigo e alicerçaram as análises realizadas a partir dos anúncios selecionados.

2. SÃO PAULO METRÓPOLE: "A CIDADE QUE MAIS CRESCE NO MUNDO"

A possibilidade de existência desses três edifícios só foi possível graças a um conjunto de condições muito específicas, amparadas pelo processo de metropolização de São Paulo, por mudanças na legislação urbana e pelos novos hábitos sociais e culturais. A cidade teve as primeiras décadas do século XX marcadas por um crescimento territorial, econômico e demográfico, atrelado à industrialização e à consequente formação de uma classe média e operária, bem como

à chegada de migrantes e imigrantes. Tais transformações alteraram drasticamente sua escala e morfologia, além da cultura e da sociedade.

Em nenhum lugar, a urbanização e o crescimento industrial atingiram tal completude, o que lhe facultou alçar-se à condição de metrópole. Ao mesmo tempo, as diferentes correntes migratórias lhe haviam imprimido um ar cosmopolita; inseridas na dinâmica econômica alteravam a estratificação social, expandindo e diversificando a ocupação do espaço de que resultaram formas renovadas de sociabilidade. (ARRUDA, 2001, p.20).

A cidade se expandiu horizontalmente, rumo à periferia, e verticalmente, especialmente na região do Centro Novo, onde, graças a uma confluência de fatores atrelados ao planejamento urbano e a um mercado imobiliário em processo de profundas mudanças, foram implantadas diversas funções: atividades culturais, comércio, serviços e habitação (COSTA, 2015). As alterações físicas alimentaram o imaginário popular e fomentaram mudanças nas formas de sociabilidade, que eram mediadas por novos espaços modernos, como os cafés, os bares, os restaurantes e também as novas instituições culturais. Os novos hábitos e as novas manifestações mostravam o imbricamento entre cultura e cidade. A urbe passava a ser parte indissociável da cultura.

O protagonismo da metrópole na vida das pessoas era um fato da escala pública, mas também da privada. As mudanças nos espaços comuns — aberturas de grandes avenidas, construções de arranha-céus cada dia mais altos e a presença de galerias — afetaram, também, o espaço doméstico, com o surgimento de novas tipologias habitacionais (SILVA, 2013b COSTA, 2015). Essas novas tipologias decorriam das mudanças, mas eram, da mesma forma, transformadoras da paisagem, do imaginário e da vida privada.

Todas essas alterações só foram possíveis graças ao desenvolvimento industrial, que permitiu um movimento de ascensão da economia como um todo (ROSSETTO, 2002), aumentando, também, os setores terciários com a

maior procura por bens de consumo e serviços. O desenvolvimento econômico da cidade fez com que crescesse a classe média e, com isso, sua participação nos sistemas econômicos, sociais e culturais. A pluralidade de atividades realizadas em São Paulo resultou no crescimento da “rede de ensino, dos cursos profissionalizantes, dos serviços pessoais, emergindo estabelecimentos de luxo, a exemplo de hotéis, restaurantes, bares [...] além dos serviços prestados no recinto doméstico, empregadas, motoristas e outros mais” (ARRUDA, 2001, p.56). Dessa forma, era possível vislumbrar a consolidação da nova metrópole moderna.

O bom momento econômico atrelado à industrialização e ao desenvolvimento técnico-científico conferiram à cidade um olhar otimista. As grandes mudanças urbanas, tanto sociais quanto morfológicas, eram valorizadas e incentivadas — o cinema e a publicidade tiveram um papel importante na difusão dos novos hábitos modernos, identificados, principalmente, com o estilo de vida norte americano (ARRUDA, 2001). Nesse cenário, olhar para o passado interessava menos, o progresso e a modernização levavam ao futuro.

Essa valorização do progresso podia ser notada no sistema de mobilidade adotado na metrópole: o rodoviarismo. A exaltação e o elogio ao automóvel foram consolidados pelo Plano de Avenidas elaborado por Prestes Maia em 1930. O documento apresentava “diretrizes gerais de desenvolvimento da cidade” (COSTA, 2015, p.48) e tinha como um de seus objetivos consolidar a região próxima à Praça da República, descentralizando a área do triângulo histórico, de forma a atender às dinâmicas do mercado imobiliário bem como às demandas expansionistas (SANTORO, 2004). Para além das mudanças de ordem física, o Plano de Avenidas buscava, também, alinhar São Paulo aos novos ideais de modernidade, já que “velocidade, altura, necessidades modernas eram palavras presentes nas diversas passagens de seu plano geral” (COSTA, 2015, p.48). Este novo sistema permitiria, também, um crescimento territorial mais rápido, visto como necessário para atender o aumento populacional.

O Plano se estruturava a partir de um sistema viário que se baseava em três eixos:

O perímetro de Irradiação, que envolveria a área central; "*boulevares externos*", que seria executado a partir da remoção de linhas férreas e "*parkways*", um circuito que ligaria as marginais dos rios Pinheiros e Tietê com o Ipiranga e Tamanduateí. Além das vias perimetrais, as radiais fariam parte deste sistema ao coletar o fluxo em vias rápidas para os perímetros e seriam executadas em cima do traçado das avenidas já existentes. (COSTA, 2015, p.49).

O alargamento das avenidas radiais colaborou não apenas com a verticalização da cidade, mas também com o crescimento horizontal, visto que por conta das obras, muitas famílias tiveram que deixar suas casas e se mudar em direção à periferia, onde os terrenos eram mais acessíveis (ROSSETTO, 2002).

Além da nova proposta viária, o Plano de Avenidas também buscava a conformação de um novo espaço urbano, com o adensamento e verticalização do Centro Novo. O incentivo à construção de novas espacialidades se dava por meio da legislação que estimulava a construção de edifícios que marcassem a nova paisagem em formação, "seja pelo conjunto arquitetônico que se formaria ao longo das avenidas, seja pela ocupação dos lotes nos pontos focais do circuito ou pela implantação em grandes espaços abertos" (COSTA, 2015, p.57).

Essas transformações físicas, sociais e econômicas conferiam à cidade "contornos definitivos de metrópole, substrato do aparecimento das instituições da cultura e das novas linguagens" (ARRUDA, 2001, p.52). No Centro Novo, especialmente, foram implantados cinemas, cafés, restaurantes, comércios e galerias, alterando as formas de sociabilidade que, então, não estavam mais dentro das casas, mas nas ruas. Dessa maneira, "a cidade deixa de ser apenas aglomeração, espaço de relações mercantis ou de produção industrial, passando a ser fundamentalmente um conjunto cultural a exprimir modos diversos de significação" (ARRUDA, 2001, p.70).

Os novos edifícios implantados com o incentivo legal advindo da execução do Plano de Avenidas tornavam-se mais permeáveis e os encontros se davam tanto em seus interiores quanto nas ruas,

conferindo ao Centro um novo ritmo e uma nova vida urbana. Os térreos desses edifícios ganhavam uma importância e "se configuravam como espaços de permanência e passagem das pessoas que trabalhavam, moravam, circulavam e se divertiam pela região, como extensão das ruas" (COSTA, 2015, p.20).

Nesse cenário, o cinema se firmou não só como o principal entretenimento da nova metrópole, mas também como uma das principais formas de difusão do modo de vida moderno. Como aponta Arruda (2001, p.21), "cinemas, teatros, museus, conferiram lastro material à divulgação das obras produzidas no exterior, adensando o processo de trocas culturais". Os filmes exibidos nos grandes palácios da Cinelândia paulista retratavam, ao mesmo tempo, a vida metropolitana de outros países, em especial dos Estados Unidos, e moldavam a urbanidade da cidade em expansão, possibilitando novos espaços e novos tipos de interações. A cidade deixava de se conformar apenas como espaço de trabalho e se tornava espaço de lazer, consumo, serviços, permitindo a sociabilidade fora do espaço residencial (SILVA, 2013b).

Para além do cinema, os jornais e revistas também tiveram um importante papel na divulgação dessa nova modernidade e de seu modo de vida. O jornalismo "vinculou-se às atividades urbanas e fez das cidades a âncora da maioria de suas narrativas" (GOLIN; SIRENA, 2015, p.2). A representação e cobertura do cenário cultural nos jornais representava a cidade enquanto território de cultura e poder e, posto que explorava e privilegiava determinados espaços, o jornalismo se apresentava como um produtor de sentidos e priorizava determinadas interpretações de cultura e memória urbanas (GOLIN; SIRENA, 2015). Dessa forma, o que se publicava nos jornais fornecia aos habitantes da nova metrópole parâmetros para que se compreendesse e apreendesse esse território em construção. As comemorações do IV Centenário da cidade de São Paulo em 1954 exprimiam bem o sentimento que permeava a cidade. O evento engendrava o desejo de se projetar como uma capital moderna e progressista, inserida no cenário global, "a cidade que mais cresce no mundo" (PRIMEIRO..., 24 de jan. de 1954, p.1).

Nesse momento, as diferentes concepções que perpassavam o contexto citadino encontravam um denominador comum vazado na perspectiva da nova urbe e a todo um imaginário oriundo da ideia de cidade civilizada. Por essa razão, os programas do IV Centenário sintetizavam o conjunto das orientações, amalgamando diversas perspectivas, numa espécie de mescla entre o passado e o presente. (ARRUDA, 2001, p.71).

Arruda (2001) pontua que essa "mescla entre o passado e o presente" (sendo esse presente sempre voltado para o futuro, pensando no progresso e na "modernização") se fazia visível na exaltação dos bandeirantes, como símbolo do progresso, e nas diversas obras modernas realizadas em função da comemoração, fato corroborado por diversos anúncios e matérias publicadas no dia do festejo em jornais e revistas. Contraditoriamente, o IV Centenário estava no ápice das manifestações na paisagem do mito dos bandeirantes e no momento de "esgotamento do passado como formulador de um futuro já incontestavelmente liderado por novos agentes sociais e expressões culturais cosmopolitas" (MARINS, 1999, p.13).

Como parte do festejo do IV Centenário de São Paulo, estavam previstas as inaugurações de grandes obras realizadas pelo Governo do Estado: a Catedral da Sé, o Parque Ibirapuera, onde seria sediada a exposição homônima ao evento, e o monumento às Bandeiras, encomendado a Victor Brecheret. Os projetos para as novas construções do Parque Ibirapuera foram elaborados pela equipe coordenada por Oscar Niemeyer. Para além das grandes encomendas públicas, diversas empresas privadas também aproveitaram o momento para atrelar seus empreendimentos às festividades, se apoiando na ideia de que eles seriam grandes presentes à cidade.

Dentre os empreendimentos privados associados ao evento estava o Edifício Montreal. Em seu primeiro anúncio, divulgado em 12 de abril de 1953 na capa do jornal "Folha da Manhã" (FIG. 1), o texto diz "vale a pena esperar domingo próximo, dia 19, o 1º monumento do 4º centenário; Edifício Montreal, um projeto de Oscar Niemeyer" (PRIMEIRO..., 12 de abr. de 1953,

p.1). O número "1" aparece na fig. 1 com uma fotomontagem da fachada do edifício, mostrando seu térreo envidraçado e com aberturas, indicando a permeabilidade. A ênfase na fachada curva e marcada pelos brises corrobora o ideário de modernização e progresso que perpassaram os festejos do IV Centenário. Além disso, o nome do arquiteto em negrito vincula o projeto às suas outras obras que também estavam sendo realizadas no momento do aniversário da capital paulistana, como o parque do Ibirapuera, conferindo maior prestígio e validação ao anúncio. O projeto ainda contou com paredes de mosaicos elaboradas por Di Cavalcanti (1897-1976), importante pintor do modernismo das artes visuais.

Na fig. 2, em um anúncio publicado na "Folha da Manhã" em 24 de janeiro de 1954, os aspectos da fachada também são valorizados, aparecendo uma fotomontagem do edifício em toda a sua extensão. A imagem é vista sob uma perspectiva mais baixa, enfatizando a altura do arranha céu, que marcaria a paisagem do centro, um "monumento", como diz o anúncio.

O léxico "monumento" e suas derivações, presentes nos anúncios do Edifício Montreal, mas também dos Edifícios Copan e Eiffel, aponta para uma representação simbólica. Morar em um arranha-céu era um símbolo de progresso, de pertencer à "cidade que mais cresce no mundo" (PRIMEIRO..., 24 de jan. de 1954, p.1). As construções materializavam o poder da cidade e os anúncios indicavam isso com o termo "monumento" e toda a carga atrelada a ele. A arquitetura moderna exprimia o progresso materializado e o otimismo do momento.

As obras realizadas por Oscar Niemeyer e sua equipe no Parque do Ibirapuera, para sediar a exposição do IV Centenário da cidade, são exemplares do movimento arquitetônico moderno que passa a guiar a imagem de progresso urbano. A cidade-metrópole torna-se objeto de remodelações e mudanças planejadas, indicando que a concepção urbana deixa de ser um problema de "população" e passa a ser sobretudo um dado da cultura. Com a construção do Ibirapuera, a cidade parece selar a sua imagem de

pelo próprio morador, nos anos após a Segunda Guerra, a produção de edifícios de apartamentos despontou como um fato novo e marcante, não tanto pela quantidade executada nos primeiros anos, mas pelo forte apelo simbólico que representava. A verticalização era associada ao progresso e passava a representá-lo como símbolo. De fato, para mostrar a pujança da cidade era comum destacar arranha-céus, movimento de pessoas e carros nas ruas centrais; nas vistas aéreas aparecia, irrefutável, a massa de edifícios sobrepujando as casas do restante da cidade. (ROSSETTO, 2002, p.52).

Nesse processo de expansão demográfica e territorial, o aparecimento de arranha-céus na região central se tornava cada vez mais frequente e passou a habitar o imaginário urbano coletivo. O aumento do número de pavimentos dos edifícios foi possível por uma confluência de fatores de ordens técnicas e legislativas, associados à necessidade de se aumentar o potencial construtivo dos terrenos (COSTA, 2015). Somekh (2014) aponta que a verticalização ia de encontro a uma nova lógica de valorização do capital em que a multiplicação dos terrenos aparecia como alternativa ao loteamento, de maneira que não só o solo urbano, mas também sua morfologia passava a ser um produto.

A verticalização e a escolha pelos edifícios de apartamentos como forma de investimentos se ligavam intrinsecamente ao aparecimento de um novo agente no mercado imobiliário, o incorporador (ROSSETTO, 2002). Rossetto descreve como, a partir do início da década de 1940, o caráter predominantemente rentista do mercado imobiliário paulistano se alterou profundamente e a produção se voltou para a venda de imóveis, reestruturando toda a organização produtiva do setor e introduzindo o incorporador como um novo articulador de recursos e interesses diversos, viabilizando as construções e o lucro a partir da comercialização dos empreendimentos.

Dentre os fatores que levaram às mudanças do mercado residencial voltado aos aluguéis para outro voltado às vendas, estava a Lei do Inquilinato, promulgada em 1942, "congelou os aluguéis por tempo

indeterminado com objetivo imediato de proteger o locatário e diminuir o custo de vida dos trabalhadores num período de alta inflação" (SILVA, 2013b, p.154). Dessa forma, a lei atingiu fortemente o mercado rentista, desestimulando a produção de novos empreendimentos e a manutenção dos existentes, além de ter estimulado a saída de trabalhadores de imóveis alugados em regiões centrais, para se instalarem em favelas e periferias em moradias autoconstruídas (SILVA, 2013b).

Atrelado à Lei do Inquilinato estava o surgimento de um sistema de créditos que ampliou as transações de compra e venda de imóveis e beneficiou as classes média e alta, favorecidas na formação desse novo mercado, no qual "os arquitetos trabalhavam e investiam" (SILVA, 2013b, p.163).

Sob essa perspectiva, para compreender as decisões projetuais de obras atreladas ao mercado imobiliário, era necessário ter em vista seu caráter de mercadoria, cuja tipologia seria um resultado de demandas dos incorporadores e dos consumidores. A viabilidade comercial da empreitada dependia tanto dos gostos e capacidade de pagamento dos grupos visados quanto da diminuição de custos e de um aproveitamento máximo da ocupação lote, influenciando nas escolhas dos arquitetos por arranjos determinados (ROSSETTO, 2002).

O enfrentamento das novas demandas habitacionais se amparou nos conceitos como habitação mínima, eficiência, taylorização do ambiente doméstico e nas experiências em contextos nacionais e internacionais da Arquitetura Moderna. Pensar sobre essa confluência de requerimentos, tanto por parte dos consumidores, quanto por parte da incorporação, só foi possível graças a uma série de princípios de racionalização dos espaços e de padronização e produção em série, que possibilitaram a construção de forma mais econômica e em maior escala (ROSSETTO, 2002).

Nesse sentido, como forma de aumentar os lucros, as empresas imobiliárias investiram em tipologias que aproveitavam intensivamente o solo: os edifícios de apartamentos. Assim, transformaram a região central, onde se concentravam os equipamentos e serviços e onde havia normativas, regulamentando o padrão de ocupação, que passava a incentivar uma

produção habitacional verticalizada e para venda (ROSSETTO, 2002).

No mercado de compra e venda, o valor dos imóveis é definido por sua localização e pela área útil dos apartamentos. Se para as camadas de maior poder aquisitivo a área não se configurava como uma variável tão decisiva quanto à localização do empreendimento, escolhido em função da exclusividade do uso residencial, para as classes médias ela era um fator essencial, seja em função da menor capacidade de pagamento, seja em razão do desejo de permanecer nos bairros centrais da cidade. [...] Daí a preponderância dos apartamentos de um a dois dormitórios e das quitinetes. (SILVA, 2013b, p.164).

A oferta de serviços coletivos na cidade poderia suprir muitas das demandas dos espaços domésticos, especialmente aquelas relacionadas à cozinha e à lavanderia, permitindo a redução das áreas internas das quitinetes (SILVA, 2013b). Se no contexto europeu a discussão sobre habitação mínima, que ganhou força no Congresso Internacional de Arquitetura Moderna (CIAM) em 1929, se relacionava à carência de espaço devido ao impacto da Revolução Industrial e, posteriormente, à destruição causada pela Primeira Guerra Mundial (COSTA, 2018), em São Paulo buscava-se resolver uma demanda por parte da classe média de habitações em regiões providas de serviços e infraestrutura e, outra, por parte do mercado, de produzir mercadorias rentáveis e com o menor custo possível.

Outra forma de aumentar os lucros e diversificar os investimentos por parte dos incorporadores, visando uma segurança maior nos investimentos, era a produção de edifícios de uso misto. De acordo com Rossetto (2002), a localização desses edifícios na região central, onde grande parte dos serviços e comércios eram implantados, garantia um grande movimento de transeuntes e veículos, corroborando esse partido arquitetônico. Ainda, aliava às razões mercadológicas uma ideia presente em projetos europeus do século XIX de maior permeabilidade nos terrenos, possibilitando cortar caminhos por entre as quadras, e criando espaços tanto

de circulação quanto de permanência do público (COSTA, 2015).

Outra tipologia inovadora que apareceu nesse momento, presente nos apartamentos do edifício Eiffel, foi o apartamento duplex. Estes "apresentavam uma otimização das áreas dos apartamentos a partir da distribuição setorial em níveis: íntimo, social e de serviços" (COSTA, 2018, p.4).

Essa tipologia respondia a algumas questões de maior aproveitamento do espaço e de redução de custos, visto que o acesso aos apartamentos, normalmente, se dava apenas por um nível, permitindo que os elevadores não parassem em todos os andares e que houvesse uma área de circulação menor no edifício.

A partir da análise de tipologias que surgiram em São Paulo durante seu período de metropolização, os liames entre as opções arquitetônicas que resultaram da ação do mercado imobiliário e seu aspecto de produto foram evidenciados. Além disso, era possível perceber quão fluida era a linha de influências; mercado e arquitetura participavam de uma relação mutualística, em que houve o fomento por mudanças e adaptações de ambas as partes.

Nesse período de profundas transformações e de grande otimismo econômico, diversas incorporadoras atuavam e contratavam arquitetos associados ao movimento moderno para projetar os mais variados edifícios, como a Monções S.A. do empresário Artacho Jurado, a OCIAN, Banco Lar Brasileiro, Construtora Zarzur & Kogan, dentre outras. Neste contexto de competição entre diferentes empresas, a propaganda aparecia como um fator importante, em que se pretendia mostrar todas as qualidades e diferenciais dos edifícios e era veiculada em meios de grande alcance, os jornais e revistas. As propagandas acerca desses edifícios eram, simultaneamente, construtoras de um imaginário urbano e reflexo da visão dos paulistanos sobre sua própria cidade.

Tais propagandas indicam como esses edifícios, entendidos enquanto mercadoria, eram consumidos. De acordo com Pérez e Santos (2017), o consumo, quando compreendido amplamente, se mostra como uma práxis relevante para o entendimento de dinâmicas sociais, posto que não se encerra na ação da compra e implica em

usos e apropriações, além de indicar o modo a que se recorre à cultura material como forma de se criar significados.

4. EIFFEL, COPAN E MONTREAL COMO REPRESENTADOS EM SEUS ANÚNCIOS

Na década de 1950, Oscar Niemeyer, já consagrado por obras como o Pavilhão de Nova York (1939) e Pampulha (1940), atuou em São Paulo tendo como principal cliente o Banco Nacional Imobiliário (BNI), que possuía uma carteira específica para a produção imobiliária, a Companhia Nacional Imobiliária (CNI) (LEAL, 2003, p.9; ROSSETTO, 2002, p.76). A empresa patenteou o *slogan* "condomínio a preço de custo", o que significava uma forma de incorporação inédita na época em que os apartamentos eram vendidos ainda em planta e custeados pelo pagamento das parcelas pelos compradores (ROSSETTO, 2002, p.79). A questão do "condomínio a preço de custo" foi um grande diferencial apresentado pelo BNI e apareceu em todos os anúncios levantados.

Para esse tipo de empreendimento, a agilidade no desenvolvimento do projeto era de suma importância. Portanto, foi montado um "escritório satélite" de Niemeyer na capital paulistana, responsável pelo "desenvolvimento dos projetos e visando, sobretudo, o cumprimento dos prazos" (LEAL, 2003, p.56). Tal escritório foi dirigido por Carlos Lemos entre os anos de 1952 a 1956. De acordo com Leal (2003), os anteprojetos eram feitos no Rio de Janeiro, passavam pela aprovação do BNI e eram detalhados no escritório-satélite. Para além de edifícios de escritórios, como o Edifício Califórnia e o Edifício Triângulo, foram frutos dessa parceria os edifícios habitacionais Eiffel, Copan e Montreal, objetos de estudo do presente artigo.

Os três empreendimentos possuíam públicos distintos e, portanto, tipologias também distintas. Se o Eiffel mirava nas classes mais abastadas e o Montreal na classe média, o Copan propunha um edifício em que pessoas com diferentes poderes aquisitivos pudessem habitar. Isso se espelha nas tipologias propostas em cada um deles: o Eiffel com apartamentos duplex; o Montreal, com quitinetes e o

Copan, com quitinetes e apartamentos maiores de até três quartos.

4.1. MONTREAL: "O 1º MONUMENTO DO IV CENTENÁRIO"

O Edifício Montreal, localizado na esquina da Avenida Ipiranga com a Rua Conceição (atual Avenida Cásper Líbero), foi implantado em um importante ponto focal da paisagem do centro de São Paulo. Seu projeto data de 1951 e sua conclusão se deu em janeiro de 1954, quando ocorreu o festejo do IV Centenário da cidade de São Paulo, aspecto bastante valorizado nos anúncios da obra. No dia do aniversário da capital paulista, a capa do jornal "Folha da Manhã" foi ocupada por um anúncio do Montreal, em que além da frase "um monumento ao IV Centenário", apareciam fotos tanto de Niemeyer quanto de Prestes Maia, além de uma foto do edifício já concretizado (FIG. 2). Perpassando todas as imagens, há linhas curvas que se assemelhavam àquelas da estátua desenhada por Niemeyer como símbolo das comemorações do evento, visível no canto superior esquerdo da página, e criando outra associação visual do empreendimento com as outras obras planejadas pela equipe do arquiteto naquele momento. A estratégia do BNI de associar grandes nomes aos projetos comerciais visava dar a eles credibilidade, visto que os investimentos do "condomínio a preço de custo" eram arriscados (LEAL, 2003, p.28).

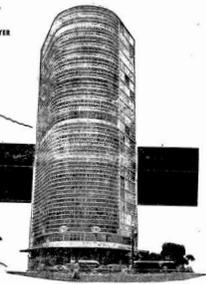
O projeto contava com quitinetes na torre habitacional e espaços comerciais abertos para as calçadas no térreo. A partir da análise do material levantado no Acervo de Materiais Iconográficos da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU-USP), foi possível perceber que, nas plantas entregues à prefeitura em 1951, havia a proposta de uma boate no primeiro subsolo do edifício. Já as plantas de 1987 mostram as lojas que compõem a galeria e foram implantadas no lugar da boate

A não realização da boate se deu por incongruências com a legislação vigente. Leal (2003) aponta que o Código de Obras Arthur Saboya, vigente no momento da construção do edifício, não permitia a construção de restaurantes com um pé direito inferior a quatro metros. Esse não foi o único ponto de divergência entre o projeto e a legislação. Por se tratar de um edifício de

um monumento ao IVº centenário

Criado
 por OSCAR NIEMEYER





Concretizado
 pela sociedade imobiliária de
PRESTES MAIA

EDIFÍCIO
MONTREAL
 3ª Entrega da


com 6 meses de antecipação além o preço
 grande numa construção de CSE e das pro-
 prietários da planta "Condôminio Pólo Pro-
 de Cote", as festividades do IVº Centenário.

EDIFICIO "MONTREAL" - construído de aço,
 alumínio e concreto, assinala a forma
 e o espírito de uma cidade e constitui de sua
 obra a expressão de sua arquitetura.
 base a moderna arquitetura brasileira.
 Possui de sua arquitetura dinâmica,
 monumental e presente de sílica ao ar, o
 edifício "MONTREAL" tem sua entrega antecipada
 de 6 meses, com sua construção de CSE
 e de participação de grupo "Condôminio
 Pólo Pro de Cote" para a maior
 parte da arquitetura do IVº Centenário.

É construído com aço e concreto de 200
 toneladas, incluindo uma central de 1000 toneladas de aço
 (incluindo a torre), sendo feita no Estado de São Paulo.
 Edifício é construído para o grupo "Condôminio Pólo Pro de
 Cote" com uma entrega e prazo para completar a construção
 de 6 meses e 6 meses para o IVº Centenário.

CONSTRUTORA DE SOCIEDADE CIVIL CONSTRUTORA BABILÔNIA

FIG. 2:

Anúncio do edifício Montreal lançado no IV Centenário de São Paulo no Caderno Assuntos Gerais do jornal "Folha da Manhã".

Fonte: UM MONUMENTO..., 24 de jan. de 1954, p.1.

esquina, estava submetido às normativas de duas ruas diferentes (rua da Conceição, atual rua Cásper Líbero, e Avenida Ipiranga). O código de obras previa ainda que a habitação mínima privada deveria conter uma cozinha, um aposento e um banheiro (LEAL, 2003), sendo que o projeto apresentava um único cômodo e um banheiro, não atendendo à lei. Mesmo assim, o projeto foi aprovado em outubro de 1951 e, de acordo com Leal, a discussão frente à prefeitura para a sua aprovação foi um dos fomentos para as mudanças legislativas que se seguiram.

Além disso, pode-se perceber que nas plantas das quitinetes não há especificação do mobiliário, como alguns arquitetos que também projetaram quitinetes haviam feito, caso do edifício Atlanta projetado por Franz Heep entre 1945-1949, em que todos os móveis da cozinha foram detalhados, de forma que suportassem "diversos usos e atividades" (SILVA, 2013b, p.18). Na maioria das publicações analisadas em que aparecem as plantas do Montreal, apenas o térreo e um pavimento tipo estão representados, sem a divisão das quitinetes. Nessas plantas é possível perceber a separação entre estrutura e vedação — os pilotis encontram-se desvinculados da fachada.

Em carta escrita por Niemeyer destinada à prefeitura durante o processo de aprovação do projeto, o arquiteto indicava que havia uma preocupação com a forma plástica do edifício e com sua inserção urbana (LEAL, 2003). A organicidade da fachada e a moderação expressa pelos brises horizontais e verticais são características presentes em grande parte da obra de Niemeyer, inclusive no edifício Copan.

A maior atenção ao exterior do prédio por parte do arquiteto se refletia também nos anúncios, em que aspectos da fachada eram mais valorizados do que os interiores das quitinetes. Ainda assim, possivelmente por se tratar de uma tipologia ainda pouco consolidada, os anúncios do Montreal eram os únicos que traziam figuras referentes aos interiores dos apartamentos, fossem elas fotomontagens ou croquis (FIG. 1). Em um anúncio publicado na "Folha da Manhã", em 24 de janeiro de 1954 (FIG. 2), o texto apontava as vantagens da localização central do edifício e a inovação oferecida pelos brise-soleil.

Nesse mesmo anúncio, observa-se um croqui do interior do apartamento onde se encontra uma mulher. Há também uma cama de casal, um tapete ao lado e, em frente à janela, em que se veem as listras horizontais do que seriam os brises. Há uma sala, com um sofá, uma poltrona, uma

publicada na "Folha da Manhã", em 26 de abril de 1953, em uma notícia sobre a festa da cumeeira do edifício, a qual enfatizava a rapidez de sua construção.

Em ambos os anúncios a figura feminina aparece como um item decorativo, como uma validação do conforto do apartamento apenas por estar ali presente, visto que a imagem da mulher se associava diretamente ao ambiente doméstico. As demais peças de decoração também tinham como função atestar esse ar de conforto, e ainda, parecem conferir ao espaço um caráter de luxo, mostrando que, mesmo com a área reduzida, os interiores podiam ser ricamente decorados.

Todos querem eis o porquê desse sucesso sem precedentes: Edifício de rara imponência, arquitetura moderna.

1) Imponente edifício, apresentando novos ângulos de perspectivas arquitetônica; 2) Maravilhosamente localizado, em plena Avenida Ipiranga, esquina da Rua Conceição, local de valorização diária; 3) Tudo à porta-o trabalho, a fonte de abastecimento, as escolas; 4) Atende ao máximo as exigências da vida moderna, porque proporciona a residência central mais indicada para você, para seu conforto; 5) Construção já adiantada, na 10ª laje, passa entrega em princípios de 1954. Um projeto de Oscar Niemeyer, apresentando pela 1ª vez no Brasil 'Brise-Soleil', de lâminas de alumínio móveis, que permitem controle individual nos apartamentos, de luz e ventilação; 6) Grandes facilidades no pagamento. Apenas 25000 de entrada e o restante a prazo. Apartamentos confortáveis, com Hall de entrada; Living-Dormitório; banheiro completo; Kitchnet. (TODOS..., 26 de abr. de 1953, p.2).

A noção de conforto remete a um conjunto de "ideais de sociedade" (ELEB, 2017, p.159). Martins (2015) aponta que desde o CIAM de 1929, em que foi discutida a habitação mínima, o conforto aparecia como um agente normatizador do que seriam os hábitos saudáveis. Um exemplo dessa padronização seria o taylorismo, que extrapolou os limites industriais e chegou à vida doméstica, em especial na cozinha, visando executar as tarefas em menos tempo e com menos esforço.

A própria noção de conforto, a ideia de promover a comodidade do corpo ao sentar, dormir ou executar movimentos, só aparece no início do século XVIII e só alcança o ambiente doméstico já no século XIX. Ela faz parte da sociedade urbana de massa e, como já discuti em outras ocasiões, tem relação direta com a anulação do corpo necessária aos novos regimes de trabalho. O modo de produção do capitalismo industrial depende da adaptação de cada indivíduo a um ritmo coletivo minuciosamente definido. Desejos e necessidades de um corpo indisciplinado prejudicam a produtividade. A melhor maneira de domesticar esses corpos, no entanto, não é a violência direta, mas o conforto que os torna passivos e aptos à execução de tarefas sempre parciais e restritas. (KAPP, 2007, p.6).

A palavra conforto aparecia enfatizada em anúncios dos três edifícios analisados. Esse conforto nos apartamentos ofereceria aos moradores as condições necessárias para uma vida saudável, enquanto a metrópole ofereceria suporte para o trabalho e para a sociabilidade. Apesar de o público-alvo dos projetos abranger grupos de diversos níveis de poder aquisitivo, essa ideia de uma habitação confortável em uma localização privilegiada com a cidade como parte da vida cotidiana, onde se poderia realizar atividades antes feitas no espaço doméstico, perpassa as propagandas dos casos. Se no caso do Montreal a cidade supriria o que não seria possível se dar nas quitinetes pelas áreas reduzidas, no Eiffel a nova paisagem marcada por arranha-céus e todas as possibilidades sociais e culturais dessa São Paulo metropolizada e inserida no contexto global, aparecem como o foco dos anúncios, seja nos textos ou nas imagens, que trazem referências a Paris, com a Torre Eiffel.

4.2. EIFFEL: "MÁXIMO CONFORTO E EXCEPCIONAL BELEZA ARQUITETÔNICA"

O Edifício Eiffel, projetado em 1951 e inaugurado em 1953, localiza-se na Praça da República, uma das poucas áreas abertas da região, e possui em seu térreo uma galeria com espaço para lojas e salas comerciais. Foi um dos maiores sucessos do BNI, tendo suas vendas encerradas em poucas semanas (NO

ÂNGULO..., 23 de mar. de 1952, p.4). A torre habitacional divide-se entre o corpo central, com vinte e dois pavimentos, e os braços laterais, com dez pavimentos, e contém cinquenta e quatro apartamentos duplex, sendo a entrada pelo segundo andar, onde localizavam-se as áreas sociais- cozinha e sala, seu desenho se associa diretamente às imposições normativas do período (COSTA, 2015).

O edifício foi pensado para a burguesia e em seu anúncio o público-alvo era evidenciado através de palavras como "luxo", "soberba", "aristocrática", "clímax" e "arte" (NO ÂNGULO..., 23 de mar. de 1952, p.4). De acordo com Leal, "a obra do edifício Eiffel estava voltada para uma burguesia disposta a habitar no Centro Novo, ao redor de suas elegantes praças verdes, como a da República" (2003, p.119). A autora ainda aponta que, enquanto os arranha-céus marcavam a paisagem, o número de jardins e passeios também aumentava na cidade, criando um contraponto à velocidade e ao barulho associados à metrópole.

De fato, a localização aparece com grande ênfase nos anúncios levantados. Costa (2015) aponta como o Plano de Avenidas, responsável por abrir a rua atrás da Escola Normal na Praça da República, possibilitou que houvesse essa "soberba visão panorâmica" (NO ÂNGULO..., 23 de mar. de 1952, p.4). Além disso, Costa (2015) analisa como a forma do lote e a legislação vigente – que permitia e incentivava alturas maiores em pontos focais da paisagem – influenciaram as decisões projetuais.

O volume do edifício se destacou na paisagem local pela torre mais alta com dois braços laterais, o que alguns moradores e usuários da região apelidaram de "livro aberto" [...] um volume horizontal com lojas e salas comerciais implanta-se nos limites do lote e recebe a torre de apartamentos. Esta se isola no centro do terreno, enquanto o embasamento respeita os limites impostos pela lei. (COSTA, 2015, p.148-149).

Nas imagens presentes no anúncio, assim como ocorre nos casos do Montreal e do Copan, o exterior do edifício é ressaltado a partir de um croqui em que aparecem a

torre e seus dois braços adjacentes (FIG. 4). Na imagem, não é possível distinguir com clareza como seriam as aberturas de janelas nos pavimentos, no entanto, percebe-se que as fachadas são livres, uma das características marcantes da arquitetura moderna, explicitando como essa linguagem já tinha sido aceita pela população. No térreo, é possível notar uma relação de permeabilidade com a rua, visto que havia uma galeria com várias aberturas.

Além da imagem perspectivada do projeto, no espaço central do anúncio há o desenho da implantação do prédio, com uma seta apontando o lugar exato do lote. Nessa implantação, fica evidente sua posição privilegiada frente à Praça da República, onde foram desenhadas árvores, de forma a enfatizar a visão para a área verde.

No anúncio lançado no ano da finalização das obras (fig. 4), a foto mostra em primeiro plano as árvores da Praça, emoldurando o edifício que aparece centralizado. Desenhadas na primeira página do anúncio, aparecem uma mão segurando uma chave pelos dentes e em cuja cabeça se lê "Edifício Eiffel", representando a entrega da obra à cidade. No texto, essa representação é evidenciada: "a CNI orgulhosamente entrega a São Paulo e aos seus proprietários o monumental Edifício Eiffel" (GRANDE..., 22 de dez. de 1955, p.20).

Essa ideia de que a incorporadora tinha como cliente principal a metrópole, a quem servia e a quem se destinavam seus empreendimentos, também aparece nos anúncios dos três edifícios. Nesse momento de reconstrução e remodelamento do Centro de São Paulo, o mercado imobiliário se apoiou no discurso de progresso e de crescimento da cidade para vender seus produtos, impregnando-os de linguagens e características que já tinham sido aceitas pelo grande público e que se associavam à narrativa de "modernização". Dessa forma, apresentavam os edifícios como presentes à cidade, responsáveis por corporificar um ideário já culturalmente aceito e por ajudar a construir uma identidade paulista.

Não há como exigir mais em: situação: basta dizer que é na Praça da República,



FIG. 4:

Na imagem da esquerda, anúncio do Edifício Eiffel no Caderno Vida Social e Doméstica do jornal "Folha da Manhã". Na imagem da direita, anúncio do Edifício Eiffel no Caderno Assuntos Especializados do jornal "Folha da Manhã".
 Fonte: NO ÂNGULO..., 23 de mar. de 1952, p.4; GRANDE..., 22 de dez. de 1955, p.20.

no seu melhor ângulo residencial, repleto da beleza verde das folhagens com 58 metros de frente para a tradicional praça de São Paulo. Conforto: tudo previsto — minuciosos detalhes apreciados, no sentido de proporcionar o mais alto conforto. Apartamentos todos de frente para a Praça da República — tipo duplex — com absoluta separação entre as partes nobres, de repouso e serviço. Face Norte: Amplos terraços-garagem-restaurante. Deslumbramento: soberba visão panorâmica. Os terraços do edifício Eiffel debruçam-se sobre a Praça da República — sem nada à frente — a ofuscar uma paisagem que é sempre de encantos — seja dia, seja noite. Arquitetura: Para tão aristocrática localização um grande arquiteto: Oscar Niemeyer. Projetando o Edifício Eiffel o renomado arquiteto patricio atinge também o clímax da sua arte, uma arte que aqui se traduz numa feliz combinação de funcional distribuição das peças, máximo conforto e excepcional beleza arquitetônica. Facilidades de Pagamento: um empreendimento do plano Condomínio Pelo Preço de Custo, oferecendo apartamentos de alto luxo e conforto pelo preço de custo. (NO ÂNGULO..., 23 de mar. de 1952, p.4)

4.3. COPAN: "O ROCKEFELLER CENTER DE SÃO PAULO"

O Copan, assim como o Montreal, foi idealizado visando as comemorações do IV Centenário da cidade de São Paulo, aproveitando seu momento de expansão econômica para incentivar o turismo na capital. Inicialmente, foi pensado como um grande conjunto hoteleiro com instalações de interesse turístico acopladas. Para a realização do projeto, a ser implantado em um grande terreno na recém alargada Avenida Ipiranga, foi criada a Companhia Panamericana de Hotéis e Turismo, cujo principal acionista era o BNI e que tinha modelos americanos de empreendimento como inspiração (LEAL, 2003). O fechamento do BNI e sua posterior compra pelo Bradesco em 1957 fizeram com que a construção do edifício fosse bastante longa, sendo o mesmo inaugurado totalmente apenas em 1970 (LEMOS, 2014). Como grande mote de vendas do conjunto estavam os programas anexos, como o cinema, o teatro, restaurante e galeria, que levaram ao slogan "o Rockefeller Center de São Paulo" (UM MONUMENTO..., 24 de mai. de 1952, p.5)

O complexo turístico nunca foi concretizado, e em seu lugar foram construídos um conjunto habitacional com 1.160 apartamentos divididos em seis

mais uma vez...

O POVO BRASILEIRO
—CORRENTE DE SUA RESPONSABILIDADE—

Se Reune para
criar no país
Uma Grande

INDUSTRIA BASICA...

Uma indústria essencial
de sustento para a
indústria nacional,
de parte a parte Brasileira
para uma nova ordem
social e econômica
de importância vital
para o Brasil.

INDUSTRIA BASICA
DO TRIBUTOS e que em
sua estrutura básica,
incluindo a indústria
nacional, produzindo
a matéria de recursos
em grande quantidade.

Ano de 1952, o Brasil
de que o Brasil Brasileiro,
indústria essencial
de sustentação para
a indústria nacional,
de parte a parte Brasileira
para uma nova ordem
social e econômica
de importância vital
para o Brasil.

INDUSTRIA DE CONSTRUÇÃO DAS OBRAS DE PÚBLICA BRASILEIRA
23 DE JUNHO

Um empreendimento de
COMPANHIA PAN-AMÉRICA—HOTÉIS E TURISMO
COPAN
—INTERCONTINENTAL HOTEL CORPORATION
—ROXO LOUREIRO S.A.

Rua 9 de Novembro, 117 — Telefone: 22-2291 (São Paulo) — Edifício "ROXO"—S. PAULO—BRASIL

UMA REDE MUNDIAL DE TURISMO

QUE REPRESENTA UMA
CORRENTE CONTÍNUA DE

DÓLARES!

51 países do mundo
estão ligados ao Brasil
por uma rede mundial
de turismo, que inclui a
América do Norte,
América do Sul,
Europa, África,
Ásia e Austrália.

Este é o maior e mais
importante projeto
de turismo mundial
que já foi realizado.

Este projeto, que
inclui a América do
Norte, América do Sul,
Europa, África, Ásia
e Austrália, é o maior
projeto de turismo
mundial que já foi
realizado.

Este projeto, que
inclui a América do
Norte, América do Sul,
Europa, África, Ásia
e Austrália, é o maior
projeto de turismo
mundial que já foi
realizado.

INDUSTRIA DE CONSTRUÇÃO DAS OBRAS DE PÚBLICA BRASILEIRA
22 DE JUNHO

Um empreendimento de
COMPANHIA PAN-AMÉRICA—HOTÉIS E TURISMO
COPAN
—INTERCONTINENTAL HOTEL CORPORATION
—ROXO LOUREIRO S.A.

Rua 9 de Novembro, 117 — Telefone: 22-2291 (São Paulo) — Edifício "ROXO"—S. PAULO—BRASIL

FIG. 6: Na imagem da esquerda, anúncio do Edifício Copan no Caderno Economia e Finanças do jornal “Folha da Manhã”. Na imagem da direita, anúncio do Edifício Copan no Noticiário Geral do jornal “Folha da Manhã”.
Fonte: UMA GRANDE..., 1 de jun. de 1952, p.9; UMA REDE..., 08 de jun. de 1952, p.11.

A associação do maciço turístico com o Rockefeller Center atestava a influência norte americana na cultura paulistana, difundida em diversas revistas, sendo a maioria destinada ao público feminino, como “O Cruzeiro, Manchete, A Cigarra, Cinelândia, Filmelândia, A Casa, Vida Doméstica, Jornal das Moças, Casa e Jardim dentre outras publicações que circularam entre os anos 1940 e 1960, muitas delas comprometidas com o *American Way of Life* (SILVA, 2013a, p.143).

Na fig. 6, a presença de moedas associadas ao dólar é bastante notável. Além disso, elementos como o mapa-múndi e a mala de viagens associam o empreendimento ao turismo, além de uma conotação global à cidade. Ainda na fig. 6, as chaminés industriais também indicam uma associação à industrialização que ocorria em São Paulo e que marcava não apenas a sociedade e a economia, mas também a cultura e a domesticidade. Essa cultura industrial e metropolitana, permeada de um otimismo progressista que aparece em grande parte dos anúncios levantados, representava apenas uma fração pequena e específica da sociedade e, também, do espaço urbano em construção.

Enquanto isso, outro lado do processo de crescimento e industrialização se impunha. A expansão da cidade ocorreu de forma desigual e as diferenças sociais, que sempre existiram, ganhavam dimensão nova, a dimensão do quase caos. Faltava tudo para a maioria da população; havia desabastecimento de gêneros de primeira necessidade, inexistiam serviços públicos na maior parte da cidade, assim como transportes. Inundações que isolavam bairros inteiros compunham um cotidiano agravado por um custo de vida em aumento. (ROSSETTO, 2002, p.12).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise de novas fontes de pesquisa, como os anúncios nas mídias — objetos já bastante estudados e aceitos pela historiografia —, certos debates do campo podem ganhar novos contornos e camadas de compreensão. Além disso, a busca por novas perspectivas de investigação pode abrir um diálogo com outras áreas de conhecimento, favorecendo estudos interdisciplinares. Dessa forma,

partindo da análise dos edifícios projetados por Oscar Niemeyer em associação com o mercado imobiliário, tendo como fontes principais os anúncios veiculados em jornais de grande alcance, foi possível estudar a nova metrópole em construção e, também, a nova sociedade urbana que se formava.

Diante da ausência de imagens dos interiores dos apartamentos e da ênfase dada as áreas de implantação dos projetos, presentes tanto nos textos quanto nas imagens, além da constante representação das fachadas dos edifícios, fica claro que, o que se queria vender, mais que uma tipologia ou um determinado arranjo habitacional, era a localização. A sociedade industrial que se formava era urbana e a cidade deixava de se conformar apenas enquanto lugar de trocas econômicas, ou de produção, e se apresentava enlaçada à cultura, de forma que as tramas de significação se teciam escoradas nessas novas premissas da metrópole.

Essa cidade imbuída de novos significados, novas relações e novos contornos era o que se queria vender nos anúncios. Essa metrópole representada pelo Centro Novo, onde havia “tudo à porta — o trabalho, a fonte de abastecimento, as escolas” (PRIMEIRO..., 19 de abr. de 1953, p.6), onde havia infraestrutura, e de onde não era preciso pegar transporte público ou congestionamentos entre o trabalho e a moradia (ROSSETTO, 2002). Onde havia automóveis e multidões, como representados imagetivamente nos anúncios. A imagem do centro funcionava em relação metonímica com a imagem de São Paulo, uma cidade que crescia de maneira completamente desigual e cujas assimetrias sociais cada dia mais se aprofundavam.

REFERÊNCIAS

- ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. **Metrópole e cultura**: São Paulo no meio século XX. Bauru: Edusc, 2001.
- COSTA, Sabrina Studart Fontenele. **Edifícios modernos e o traçado urbano no centro de São Paulo (1938-1960)**. São Paulo: Annablume, 2015.
- COSTA, Sabrina Studart Fontenele. Apartamentos duplex: uma ideia moderna sobre o morar e a proposta de uma tipologia habitacional. **Anais do Museu Paulista**, São Paulo, v.26, p.1-40, 2018.
- ELEB, Monique. Conforto, bem-estar e cultura material na França. In **NASCIMENTO**, Flávia Brito do; **SILVA**, Joana Mello de Carvalho; **LIRA**, José Tavares Correia de; **RUBINO**, Silvana Barbosa. **Domesticidade, gênero e cultura material**. São Paulo: Centro de Preservação Cultural da Universidade de São Paulo; Editora da Universidade de São Paulo, 2017. p.159-173.
- GOLIN, C.; SIRENA, M. Jornalismo, sistema artístico e cidade na década de 1950. **Famecos**, Porto Alegre, v.22, n.2, p.1-17, abr./maio/jun. 2015.
- GRANDE êxito. **Folha da Manhã**, São Paulo, p.20-21, 22 de dez. de 1955. Disponível em: acervo.folha.com.br/leitord?numero=30312&anchor=4642360&origem=busca&originURL=&pd=d9edbbb4ofa34e9baca3f885c1beef85. Acesso em: 15 jan. 2020.
- KAPP, Silke. **Síndrome do estojó. Anais do IV Colóquio de Pesquisas em Habitação**: Coordenação Modular e Mutabilidade, Belo Horizonte, 2007.
- LEAL, Daniela Viana. **Oscar Niemeyer e o mercado imobiliário de São Paulo na década de 1950**: o escritório satélite sob a direção do arquiteto Carlos Lemos e os edifícios encomendados pelo Banco Nacional Imobiliário. 2003. Dissertação (Mestrado) — Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2003.
- LEMONS, Carlos Alberto. **Trilogia do Copan**: a história do edifício Copan, v. 1. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2014.
- MARINS, Paulo César Garcez. O Parque Ibirapuera e a construção da identidade paulista. **Anais do Museu Paulista**, São Paulo, v.67, p.936, 1999.
- MARTINS, Rafaela Cristina. A visão funcional do espaço doméstico por gênero: um olhar através da imagem da mulher na propaganda de eletrodomésticos. **Temporalidades**, Belo Horizonte, v.7, n.3, p.177-198, set./dez. 2015.
- MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. A fotografia como documento. Robert Capa e o miliciano abatido na Espanha: sugestões para um estudo histórico. **Tempo**, Niterói, v.7, n.14, p.131-151, jan./jun. 2003.
- NO ÂNGULO máximo da Praça da República. **Folha da Manhã**, Vida Social e Doméstica, São Paulo, p.4, 23 de mar. de 1952. Disponível em: acervo.folha.com.br/leitord?numero=29178&anchor=4563750&origem=busca&originURL=&pd=4bf58f2936ccd1391bc9a7d9602bb4do. Acesso em: 15 jan. 2020.
- PÉREZ, Inés; SANTOS, Marinês Ribeiro dos. **Gênero e consumo no espaço doméstico**: representações na mídia durante o século XX na Argentina e no Brasil. Curitiba: UFPR, 2017.
- PIRES, Monique Vidal. **Mulheres em profusão**: imagens das mulheres na propaganda impressa brasileira (1957 a 1997). 2007. Dissertação (Mestrado em História) — Universidade de Brasília, Brasília, 2007.
- PRIMEIRO monumento do IV Centenário. **Folha da Manhã**, São Paulo, p.1, 12 de abr. de 1953. Disponível em: acervo.folha.com.br/leitord?numero=29502&anchor=4564398&origem=busca&originURL=
- PRIMEIRO monumento do IV Centenário. **Folha da Manhã**, Vida Social e Doméstica, São Paulo, p.6, 19 de abr. de 1953. Disponível em: acervo.folha.com.br/leitord?numero=29508&anchor=4564729&origem=busca&originURL=&pd=aa13d41edd14efb5922ff1cab957b401. Acesso em: 12 jan. 2020.
- RESERVA de apartamentos na Avenida Ipiranga. **Folha da Manhã**, Assuntos Especializados, São Paulo, p.7, 20 de set. de 1953. Disponível em: acervo.folha.com.br/leitord?numero=29644&anchor=4610612&origem=busca&originURL=&pd=2627b56a62c0ff477edd0f25fc7432a7. Acesso em: 10 jan. 2020.
- ROSSETTO, Rossella. **Produção imobiliária e tipologias residenciais modernas em São Paulo – 1945/1964**. 2002. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) — Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.
- SANTORO, Paula Freire. **A relação da sala de cinema e o espaço urbano em São Paulo**: do provinciano

ao cosmopolita. 2004. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) — Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

SILVA, Joana Mello de Carvalho. Habitar a metrópole: os apartamentos quitinetes de Adolf Franz Heep. **Anais do Museu Paulista**, São Paulo, v.21, n.1, p.141-157, jan./jun. 2013a.

SILVA, Joana Mello de Carvalho. **O arquiteto e a produção da cidade**: a experiência de Jacques Pilon, 1930-1960. São Paulo: Annablume, 2013b.

SOMEKH, Nadia. **A cidade vertical e o urbanismo modernizador**. São Paulo: Romano Guerra, 2014.

TODOS querem. **Folha da Manhã**, Atualidades e Comentários, São Paulo, p.2, 26 de abr. de 1953. Disponível em: acervo.folha.com.br/leitord?numero=29514&anchor=4565036&origem=busca&originURL=&pd=68035644ec251e083ff17feb39foddaa. Acesso em: 21 jan. 2020.

UM MONUMENTO à grandeza da terra paulistana. **Folha da Manhã**, Economia e Finanças, São Paulo, p.5, 24 de mai. de 1952. Disponível em: acervo.folha.com.br/leitord?numero=29229&anchor=4583695&origem=busca&originURL=&pd=796e1d487f39690b2c438ae82bb130eb. Acesso em: 15 jan. 2020.

UM MONUMENTO do IV Centenário. **Folha da Manhã**, Assuntos Gerais, São Paulo, p.1, 24 de jan. de 1954. Disponível em: acervo.folha.com.br/leitord?numero=29750&anchor=4553090&origem=busca&originURL=. Acesso em: 20 jan. 2020.

UMA GRANDE indústria básica. **Folha da Manhã**, Economia e Finanças, São Paulo, p.9, 1 de jun. de 1952. Disponível em: acervo.folha.com.br/leitord?numero=29236&anchor=4584077&origem=busca&originURL=&pd=00df9e72ed7bfb1ad839eb3665b5084b. Acesso em: 17 jan. 2020.

UMA REDE mundial de turismo. **Folha da Manhã**, São Paulo, p.11, 8 de jun. de 1952. Disponível em: acervo.folha.com.br/leitord?numero=29242&anchor=4584270&origem=busca&originURL=&pd=bo2c6fed1fe894ff4c3cfo9ff876915a. Acesso em: 17 jan. 2020.

XAVIER, Alberto (Org.). **Depoimento de uma geração**: arquitetura moderna brasileira. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

SOBRE A AUTORA

Aluna de graduação do curso de Arquitetura e Urbanismo da Escola da Cidade.

beatrizvhubner@gmail.com