

## A HERMENÊUTICA DO BELO NO DESIGN DE MOBILIÁRIO: SÉRGIO RODRIGUES E SUA BRASILIDADE ESTÉTICA.

Adailton Laporte de Alencar<sup>1</sup>  
José Carlos Marçal<sup>2</sup>

### Resumo

Trata-se de elaborar uma hermenêutica-fenomenológica sobre o conceito de Belo a partir de uma abordagem da Estética no campo específico da produção de mobiliário no Design – mais especificamente a produção de Sérgio Rodrigues - para que possamos desentranhar o sentido próprio daquilo que podemos reconhecer como um produto que possui os traços da beleza. Acentuaremos o caráter da brasilidade na estética erigida por Sérgio Rodrigues delimitando com clareza a construção da forma e da funcionalidade e, com o auxílio modelo de perspectivas de sistemas do psicólogo húngaro-americano Mihaly Csikszentmihalyi (2014), compreender como há o reconhecimento dessa beleza em relação à sua obra.

**Palavras-Chaves:** Hermenêutica; Belo; Design de mobiliário; Sérgio Rodrigues; Brasilidade.

### Abstract.

It is about developing a hermeneutic-phenomenological approach to the concept of Beauty from an Aesthetics approach in the specific field of furniture production in Design - more specifically the production of Sérgio Rodrigues - so that we can unravel the meaning of what we can recognize as a product that has the traits of beauty. We will accentuate the character of Brazilianness in the aesthetics created by Sérgio Rodrigues, clearly delimiting the construction of form and functionality and, with the help of a model of systems perspectives from the Hungarian-American psychologist Mihaly Csikszentmihalyi (2014), understand how this beauty is recognized in relation to its constructions.

**Keywords:** Hermeneutics. Beautiful. Furniture Design. Sérgio Rodrigues. Brazilianness.

<sup>1</sup> Doutor em Design pela UFPE – Universidade Federal de Pernambuco / Professor Adjunto da UFPE/ Design – adailton.alencar@ufpe.br

<sup>2</sup> Doutor em filosofia pela UFPE - Universidade Federal de Pernambuco – Professor adjunto da UFRPE – Universidade Federal Rural de Pernambuco/ DECISO – introitu@hotmail.com

## 1 Hermenêutica do Belo

*De gustibus non est disputandum*: gosto não se discute. Hegel, em sua obra *Estética*, estava ciente da validade universal dessa proposição. Na produção filosófica que visa compreender o fenômeno do Belo, não se trata de abordar como os sujeitos-agentes individuais absorvem e compreendem algo como a beleza para si em diferença com o Outro. Interessa, isso sim, delimitar o campo do Belo em si, fazer emergir o que lhe é universal e compreendê-lo como fenômeno. Esse percurso se inicia com a Estética, ou seja, com a Filosofia que se determina como ciência do Belo.

Na abordagem hegeliana, há uma exclusão do belo natural, se voltando para o belo artístico que é produção do espírito e, por isso, superior. Justifica-se Hegel:

[...]o belo artístico é superior ao belo natural por ser um produto do espírito que, superior à natureza, comunica esta superioridade aos seus produtos e, por conseguinte, à arte; por isso é o belo artístico superior ao belo natural. Tudo quanto provém do espírito é superior ao que existe na natureza. A pior das ideias que perpassa pelo espírito do homem é melhor e mais elevada do que a mais grandiosa produção da natureza – justamente porque essa ideia participa do espírito, porque o espiritual é superior ao natural. (HEGEL, 2000, p. 27).

Precisamos compreender que o termo espírito, em Hegel, também se refere – e aqui é a acentuação forte que marcamos – ao entendimento, à consciência. Sua principal obra, *Fenomenologia do Espírito* (*Phänomenologie des Geistes*), teria como título inicial “Ciência da experiência da consciência”. A consciência humana possui primado na produção do Belo sobre a natureza exatamente por poder comunicar aos Outros os seus conteúdos. A beleza artística possui, em si, a capacidade fenomenológica de traduzir seus conteúdos da consciência humana de maneira universal dentro da especificidade da cultura.

Essa universalidade se dá nas estruturas universais da gramática da mente e, seguindo os passos de Lévi-Strauss em *As Estruturas Elementares de Parentesco*, nas determinações universais que regem a nossa passagem do estado de natureza para o estado de cultura: proibição do incesto, linguagem e economia (Cf. LÉVI-STRAUSS, 2012. Capítulo I: Natureza e Cultura). Sendo a produção artística um modo da linguagem se expressar, evidencia-se sua universalidade enquanto modo próprio de ser de qualquer cultura como forma de externalizar seus conteúdos para a coletividade e, assim, garantir a identidade cultural que se erige historicamente. Trata-

se da passagem inconsciente da natureza para a cultura que ganha contornos de consciência-de-si e para si enquanto elemento relacional com o Outro.

A universalidade do Belo está em sua natureza cultural. Entretanto, essa assertiva não nos permite, ainda, vislumbrar o que seja o Belo em-si. Para Platão, o Belo é um ideal da perfeição que só pode ser contemplado em toda a sua dimensão na realidade das ideias por meio do processo dialético da inteligência pura, ou seja, na fonte da realidade de sua linha quadripartida como aparece no Livro VI de sua *República* (PLATÃO, 2017) que também possui as entidades matemáticas, os objetos sensíveis e as imagens.

Em Aristóteles, o Belo da obra de arte – e nisso Hegel concordaria com o Estagirita ao se referir à obra humana – só se dá quando este produz a catarse na alma – especialmente na Tragédia - ou seja, quando o Belo possui o poder de purificar a alma (Cf. ARISTÓTELES, 2015). Em Agostinho, o Belo se dá como “[...] uma expressão ontológica e realiza-se num aspecto dos seres existentes, capazes de fundamentar determinada relação às potências cognoscitivas” (MENEZES, 2013). O gozo que essa contemplação acarreta é indicativo de uma qualidade do objeto observado, uma vez que não podemos criar em nós mesmos, e a partir de nós mesmos, essa experiência sem a intervenção do exterior objetual.

Em Kant, o Belo não é uma propriedade objetiva dos objetos – mesmo as obras de arte – mas se origina da relação entre a esfera subjetiva e a esfera objetiva: trata-se da origem dos juízos estéticos que são *per se*. (Cf. KANT, 2005). Esse juízo, diferente do juízo de conhecimento, não emite um conceito por se tratar de uma reação do observador, mas quer ser universal quando visa a concordância, sobre o juízo do belo, por todos. O Belo é, em Kant, “[...] aquilo que se pode representar fora de todo o conceito, de toda a categoria do intelecto, como objeto de um prazer *geral*”. (HEGEL, 2000. P. 85).

O conceito do Belo em Hegel – que nos interessa mais de perto por afirmar a superioridade das obras do espírito – afirma a exigência de que uma obra de arte participe da vida, pois “[...] o espírito revê-se nos produtos de arte” (HEGEL, 2000, p. 38). Para Hegel, o Belo não pode ser entendido como algo natural, dado em si pela Natureza. Trata-se, o Belo, de uma ideia que é expressada pelo espírito artístico sendo uma unidade imediata do conceito e de sua efetividade uma vez que é o modo

como o mesmo se apresenta, em seu fenômeno, para as sensações. Assim, não é possível falar em um Belo exterior, pois se trata de uma elaboração do próprio espírito – e isso mesmo se valendo de objetos que o cercam no mundo. O espírito só reconhece a beleza como ato de sua consciência que se debruça sobre os objetos do mundo, mais especificamente a obra de arte que é produto seu. Por isso a obra de arte é processo em si de tomada de consciência do espírito, o *lógos*<sup>3</sup>.

Esse percurso sobre si mesmo que o espírito efetua na obra de arte é assim explicitado por Hegel: “O desenvolvimento da arte é, pois, como o de um mundo; o conteúdo, o objeto mesmo é representado pelo belo, e o verdadeiro conteúdo do belo não é senão o espírito” (HEGEL, 2000, p. 106). Sendo o espírito o verdadeiro e único conteúdo do Belo, percebe-se que em Hegel a ação da *poiésis* é uma construção contínua da dimensão ontológica-existencial do fenômeno do espírito, daí a primazia da obra de arte quando se quer tratar do conteúdo da Estética. O Belo, portanto, é obra humana que se reconhece a si mesma naquilo que produz.

Mas se nos propomos a elaborar uma hermenêutica do Belo no Design, uma questão se impõe: Sendo o Belo na obra de arte produto do espírito que se reconhece naquilo que produz – relação dialética entre a esfera subjetiva e a esfera objetiva – será possível inferir essa premissa quando falamos na produção de objetos do Design? Há algum parentesco ou co-pertencimento entre a *poiésis* da obra de arte e a *poiésis* da produção do Design? E, mais especificamente, há a possibilidade de fazer essa inferência de relação com a produção de mobiliário moderno, ou seja, uma produção do Design inserido na industrialização capitalista?

Primeiramente, é preciso reconhecer – e para tanto basta lançar um olhar sobre a História e a Arqueologia – que a beleza esteve presente de maneira relevante tanto na produção arquitetônica quanto na produção de mobiliário. Egito, Grécia e Roma Antigas, Idade Média e Renascimento nos demonstram a preocupação com a beleza quando o assunto era construir templos ou móveis, não apenas para a realeza – como ocorre na Antiguidade – mas também para a classe burguesa emergente do

---

<sup>3</sup> Lógos, aqui, entendido no sentido atribuído ao termo por Heidegger em que o lógos é “[...]um deixar e fazer ver, por isso é que ele pode ser verdadeiro ou falso. [...]E somente porque a função do *lógos* reside num puro deixar e fazer ver, deixar e fazer perceber o ente, é que *lógos* pode significar razão”. (HEIDEGGER, 1988. pp.63-64).

Renascimento como atestado, por exemplo, e isso em relação ao mobiliário, quando nos deparamos com o quadro O Casal Arnolfini de 1434 pintado por Jan Van Eyck.

**Figura 1** - O Casal Arnolfini de Jan Van Eyck, 1434



**Fonte:** <https://arteref.com/arte-do-dia/o-retrato-de-arnolfini-o-maior-enigma-de-jan-van-eyck> (2024)

Cadeira, cama, criado mudo, lustre e espelho nesse quadro possuem um parentesco com a beleza da obra de arte: são produzidos com o intuito não apenas de ostentar a riqueza de quem os possui, mas produzir uma sensação de bem-estar relacionada com a fruição do Belo. Constrói-se, e isso a partir do mobiliário, um cenário harmonioso em que o pintor pode inserir o tema principal de sua obra: o casal abastado.

Os templos na Antiguidade estão tomados por mobiliário que possuem não apenas a função de demonstrar com clareza – a partir de um corte de exclusividade – o local da realeza, mas exprimir a beleza que lhes é própria. Da realeza do Egito Antigo aos mobiliários dos reis e rainhas da Inglaterra Imperialista, vemos o local específico e destacado da beleza como elemento agregador de sentido e valor ao que é produzido enquanto mobiliário e arquitetura.

Entretanto, o advento da moderna indústria, das fábricas e da produção em massa (industrialização significa, antes de tudo, produzir de maneira uniforme

determinado produto) conduziu a uma nova abordagem no modo de se fabricar utensílios e mobiliário: o início do Século XX é invadido por produtos que se repetem e isso sem preocupação alguma com o Belo, apenas com a utilidade. Como no capitalismo a produção, e a divisão social do trabalho, são postas em marcha “[...] inteiramente de acordo com as leis da produção capitalista de mercadorias. Sob estas leis, o produto do trabalho, a mercadoria, parece determinar a natureza e o fim da atividade humana” (MARCUSE, 2004, p. 237), a massificação da produção se torna imperiosa.

Mas é inegável que, no capitalismo, a industrialização irá reger os modos de consumo: alimentação se transforma em indústria alimentícia; o sexo se transforma em indústria pornográfica; a cultura se transforma em indústria cultural e a existência – via redes sociais e monetização da vida – se transforma em indústria existencial.

Theodor Adorno e Max Horkheimer, centrados no conceito de Indústria Cultural, acentuaram o caráter de repetição da produção capitalista. Tal repetição, quando se refere à cultura, tem a função de erigir uma percepção estética empobrecida, uniformizada e voltada para o consumo. A dimensão acrítica do pensamento pós-iluminista que surge com a industrialização e a lógica instrumental da produção capitalista esvazia o Belo daquilo que é produzido, visando apenas a satisfação efêmera do consumo imediato (Cf. ADORNO. HORKHEIMER. 1985).

Então, como pode o Design, tão inserido nesse processo de produção, saltar sobre essas determinações limitantes e inserir, novamente, o Belo naquilo que produz? Como é possível inserir o Belo – tema que nos interessa mais de perto – na produção de mobiliário? E mais: é possível inserir, nessa produção, uma estética essencialmente brasileira que faça com que o Belo não apenas se faça presente, mas o faça com traços de uma regionalidade cultural específica? É seguindo o lastro desses questionamentos que podemos apontar a construção estética de Sérgio Rodrigues como uma resposta afirmativa a essas mesmas questões.

Desentranhar a beleza da brasilidade de uma peça de mobiliário é uma conquista bastante relevante e que precisa ser investigada por meio de uma hermenêutica do Belo para que possamos compreender com a devida clareza a relevância da produção desse designer.

## 2 O Belo e o Design: Sérgio Rodrigues

Em sua obra *Bauhaus – Nova arquitetura*, Gropius afirma que a Escola Bauhaus, inaugurada em 1919, tinha como escopo específico “[...] concretizar uma arquitetura moderna que, como a natureza humana, abrangesse a vida em sua totalidade” (GROPIUS, 1972, p. 30). A vida é onde o espírito realiza suas obras, historicidade de seu fenômeno enquanto individualidade inserida em uma coletividade, a unidade e o múltiplo. Abranger a vida significa permitir que o espírito se expresse naquilo que são ações da vida a partir de si mesmo. A Bauhaus tinha como tarefa uma abordagem filosófica da vida moderna: impedir que o ser humano fosse escravizado pela máquina, insuflando sentido prático e vida para contornar a anarquia mecânica que constrói os produtos de massa para promover “[...] o desenvolvimento de objetos e construções projetadas para a produção industrial” (GROPIUS, 1972, p.30).

Centrada na criatividade – elemento essencial na produção artística – a Bauhaus usava a experimentação cujo objetivo era:

[...]arrancar o artista criador de seu distanciamento do mundo e reestabelecer sua relação com o mundo real do trabalho, assim como relaxar e humanizar, ao mesmo tempo, a atitude rígida, quase exclusivamente material, do homem de negócios. Nossa concepção sobre a unidade fundamental de toda criação no tocante ao mundo em si opunha-se diametralmente à ideia de *l'art pour l'art* e à filosofia ainda mais perigosa da qual se originava, isto é, a do negócio como finalidade em si (GROPIUS, 1972, p. 32).

A necessidade de criar um estilo delimitava a busca por um modo arquitetônico – que depois tomaria a produção de objetos e de mobiliário – voltado para o Belo artístico que obrigava cada participante a desenvolver seu lado artístico. Dentro de um mundo organicamente materializado pelo consumo em massa, pela identidade em todo modo de ser, soava como um refrigerio para as mentes criativas estabelecer esse marco teórico e prático. Tratava-se de preparar as gerações vindouras de designers para uma via mais rica em perspectivas e isso a partir de sua formação basilar. Conhecer a linguagem da forma foi um mecanismo usado para proporcionar ao designer a possibilidade de “[...]expressar suas ideias visualmente” (GROPIUS, 1972, p. 39).

Essa conquista é fundamental quando queremos pensar o lugar do Belo no Design, ou seja, a presença da vida artística no seio da produção de cada designer. Os objetos que ocupam o espaço criado pela arquitetura – e o mobiliário possui

primazia nessa ocupação – ganham contornos artísticos uma vez que trazem em si o signo do espírito enquanto Belo. Essa doutrina da Bauhaus se insere em todos os quadrantes do Design: mobiliário, marcas, interiores, moda, embalagens etc. O Belo não apenas agrega valor mercantil ao produto, mas o aproxima da obra de arte e, algumas vezes, como é o caso de Sérgio Rodrigues, possui uma linha tão tênue entre produto de Design e obra de arte que é quase impossível criar um corte definitivo entre essas duas esferas.

Essa fusão entre Design e arte pode ser melhor demarcada quando pensamos com Evaldo Coutinho a arquitetura como a arte do espaço de habitar. Coutinho alinha a arquitetura com outras artes e daí retira seu *status* de arte:

Dou nobreza filosófica à Arquitetura. Sempre se viu a Arquitetura como um volume, composto de paredes e teto. Se você pegar um livro de História da Arquitetura, você vê logo fotografias das coisas mais bonitas, mais conceituadas, de volume. Esse conceito de volume, eu considero próprio da Escultura. Uma escultura pode ser isso aqui (apanha um cinzeiro na mesa), algo pequeno, mas pode ser também um edifício de dez andares. É volume. Pertence à outra arte, que é a Escultura. Como a Arquitetura, então, teria o título de arte pura, de arte maior, como a Pintura, a Música, a Literatura? O que faz a autenticidade da Arquitetura é o vazio interno, o espaço, que passa a ter uma importância autônoma. (COUTINHO, 2001. p. 38-39).

O espaço ganha destaque nessa concepção, pois é o *locus* em si da ocupação do Belo. Assim como a arte, o espaço guarda em si uma temporalidade – como explicitado por Kant em sua Estética Transcendental (Cf. KANT, 2020) - pois: “[...] é assim temporâneo somente na medida em que, por referência a alguém que nele habita e a quem ele abriga, entre a temporalidade do maciço e a intemporalidade do espaço, no qual temporalidades ocorrem, pode resguardar um tempo” (SANTOS, 2009, p. 50). Essa temporalidade que é intrínseca à arte surge, portanto, também no Design quando a criatividade é alojada como método de criação.

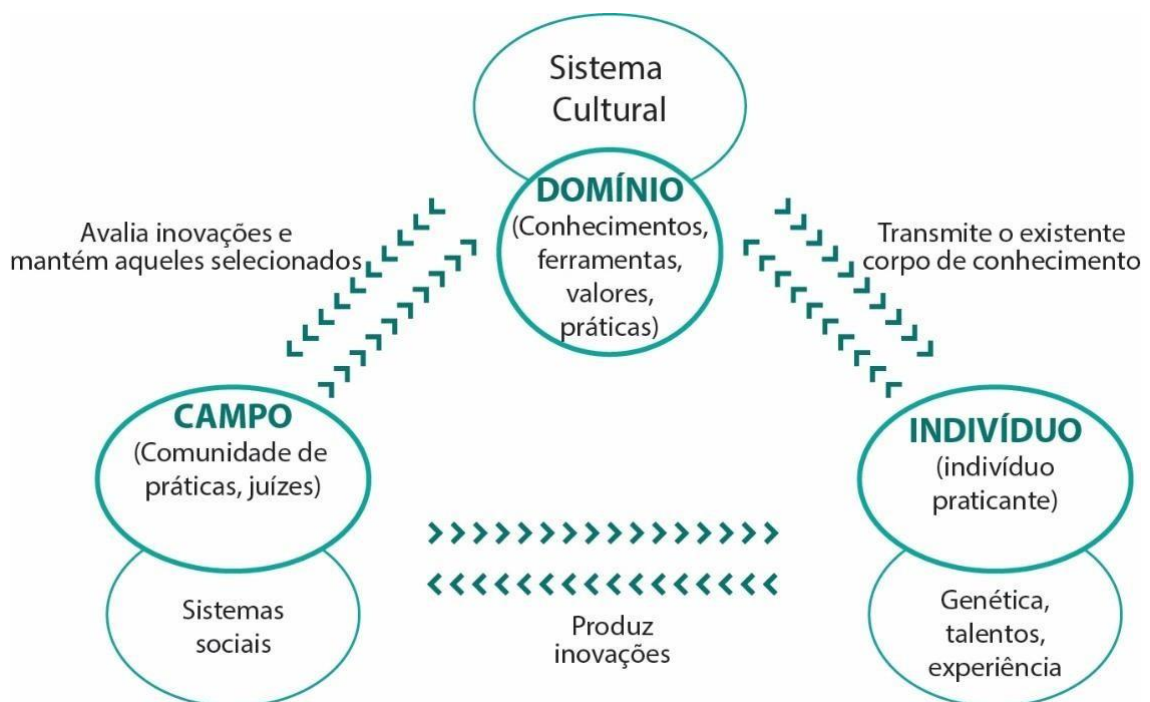
Contudo, como podemos pensar essa aceitação pelo público de que há arte no Design e que tal pertencimento lhe agrega valor? Assim como as obras de Van Gogh e Kafka tiveram uma validação universal após suas mortes, pode-se inferir, em certa medida, que o mesmo se deu, só que em vida, com a obra de Sérgio Rodrigues, especialmente sua poltrona mole. Para compreendermos essa dialética – processo em que o público compreende e absorve o espírito que se manifesta enquanto arte no Design - precisamos nos reportar à aplicação do modelo de perspectivas de sistemas de Csikszentmihalyi (2014) que atesta sua relevância no campo do Design.



Podemos dividir os estudos em criatividade de Csikszentmihalyi em dois momentos importantes.

De acordo com Morais (2001) nos seus primeiros trabalhos, Csikszentmihalyi buscava encontrar características que tornavam o indivíduo criativo, e por isso, pesquisava pontos que ele julgava relevantes na pessoa como a personalidade, valores, capacidade de resolução de problemas por exemplo. Em um segundo momento, asseverou que as realizações criativas não poderiam ser esclarecidas e elucidadas apenas por variantes individuais, ou seja, o indivíduo deveria ser estudado e compreendido de forma holística pensando-se conforme Morais da seguinte maneira do contexto do indivíduo tinha que se passar ao indivíduo em contexto. Csikszentmihalyi então preconiza um modelo ativo que busca entender melhor o ato criativo e sugere a interação de uma tríade que se inter-relacionam constantemente mediados pelo indivíduo (ser criativo), o domínio (seria um composto estável inerente à área ou ao conhecimento) campo (consiste na audiência que legitima a ideia e a insere no domínio).

**Figura 2 - Modelo de Perspectivas de Sistemas de Csikszentmihalyi**



Fonte: Adaptado de Csikszentmihalyi (2014)

Csikszentmihalyi (2014) menciona três elementos ou forças que julga sendo essenciais em qualquer consideração da criatividade: Talento individual ou Indivíduo, O Domínio e O Campo que julga a importância ou não dos indivíduos ou produtos. O indivíduo produz variações e insere mudanças no domínio ou área de conhecimento. O indivíduo é responsável pela variação do conteúdo do domínio e essa variação será então avaliada pelo campo figurados por especialistas e críticos<sup>4</sup> que inserem essas instâncias de legitimação. Csikszentmihalyi (1993) acredita que a criatividade significa a capacidade de adicionar algo para a cultura.

Csikszentmihalyi (2014) aborda o domínio como um conjunto de regras e procedimentos simbólicos estabelecidos culturalmente que regulam a consciência humana (pensamentos, emoções, conhecimento acumulado, transmitido e compartilhado em uma sociedade ou por várias sociedades, crenças e atos intencionais tais como as várias tecnologias desenvolvidas ou adotadas no âmbito da cultura). Essas regras não são programadas para os conhecimentos genéticos herdados, mas sim uma absorção da interatividade com os demais membros da sociedade.

O campo é a parte da sociedade que atua como *gatekeeper* ao domínio. Sua função seria de decidir se a nova ideia ou produto criativo é passível ou não de ser incluído no campo do domínio. Csikszentmihalyi (2014, p.51) explica que a maneira mais fácil de descrever um campo, é dizer que neste, inclui todas as pessoas que podem afetar a estrutura de um domínio.

Nesse sentido, devemos abordar a criatividade na obra de Sérgio Rodrigues e como sua criatividade (o indivíduo) reconstrói as regras de produção do Design de mobiliário (domínio) e é reconhecido pelo público e instâncias de legitimação, nesse caso, juízes e comissões julgadoras (campo). O domínio de Sérgio Rodrigues possui uma brasilidade que é relevante em suas obras e que lhe permite ter o reconhecimento não apenas de seus pares, mas do público em geral, mesmo que ao longo de sua carreira.

Como afirma Santos (2015), “De todos os designers brasileiros, Sérgio Rodrigues talvez seja o mais profundamente comprometido com os valores e materiais da terra, tendo se arraigado definitivamente a formas e padrões de nossa

---

<sup>4</sup> No caso de produtos de consumo, Csikszentmihalyi (2014) comenta que o campo pode ser bem mais amplo, composto não apenas por especialistas e críticos como também pelo público consumidor.

cultura” (SANTOS, 2015, p. 177). Essa dimensão da brasilidade – tão presente em suas obras - foi acentuada em uma bienal na Itália em 1961 onde a Poltrona Mole foi premiada:

Foi justamente esse caráter grosso, que incorporou muito bem o espírito da brasilidade, que deu um destaque especial à poltrona na bienal Concorso Internazionale del Mobile, em 1961, na cidade de Cantu, Itália. Concorrendo com quatrocentos projetos de sua categoria, apresentados por arquitetos e decoradores de 27 países, a Poltrona Mole – sob o nome de Sheriff – obteve o primeiro prêmio, sendo um dos critérios da premiação a expressão da regionalidade, como ficou claro no relatório de premiação: “(...)único modelo com características atuais, apesar da estrutura com travamento convencional, não influenciado por modismos e absolutamente representativo da região de origem” (SANTOS, 2015, p. 181).

**Figura 3 - A Poltrona Mole**



**Fonte:** <https://boobam.com.br/produto/poltrona-mole-com-banqueta-em-jacaranda-1957-cp386-41370>

Sérgio Rodrigues, e isso já em 1953, estava imbuído da ideia de compor mobiliário com características essencialmente brasileiras. Nesse período colabora com a Móvel Artesanal, mas a aceitação pelo campo não foi imediata, pois havia entusiasmo, mas o fracasso era palpável uma vez que “[...] vender móvel moderno no maior centro produtor de móvel de estilo eclético era uma ideia por demais arrojada” (SANTOS, 2015, p. 177). Mesmo com a ampliação da empresa para a

Forma S.A., e isso a despeito das pesquisas de vanguardas levadas a termo por Rodrigues, havia muita incompreensão sobre suas propostas.

A relação entre indivíduo, domínio e campo se tornam muito clara na historicidade das obras de Sérgio Rodrigues: ele estava ciente da necessidade de compor esteticamente uma nova maneira de fazer mobiliário com uma essência típica da brasilidade cultural que o cercava; o domínio estava composto por suas pesquisas tanto na área do Design quanto nas pesquisas estéticas e, por fim, era preciso educar o campo para reconhecer o Belo que havia em suas ideias. O espírito estava pronto para se expressar em suas obras, mas o reconhecimento do campo é necessário para validar esse percurso.

Entretanto, fica claro que uma parte do campo (nesse caso o consumidor), ainda não estava preparado para tal inovação, onde se era consumido além de todo tipo de mobília, imperavam os delgados pés palito junto com a palhinha ou estofados. A robustez da poltrona mole para muitos ainda não podia ser digerida, entendida ou consumida por se tratar de uma peça de mobília que ia contra a corrente do que estava em voga ditada pela leveza.

Gardner (GARDNER, 1996) define o campo como sendo uma organização social dentro do qual os indivíduos e os domínios coexistem, ou seja, quando os indivíduos se envolvem em uma determinada ação ou domínio dentro de uma determinada sociedade, eles estão necessariamente exercendo uma ação dentro do campo.

O dinamismo de Sérgio Rodrigues se concretiza na criação de seu espaço, a Oca, em 1955: “[...]decidiu fundar uma loja de móveis para comercializar sua produção, mergulhado intensamente *na busca de nossas raízes culturais* no nível do móvel” (MARI,2023, p. 17). Esse espaço não apenas possuía a função de ser o local do exercício de sua criatividade, mas uma aproximação com o campo.

A necessidade do artista/designer o levou à criação de um móvel que expressasse a identidade nacional, é nesse ponto que ele elabora sua célebre Poltrona Mole. O indivíduo e o domínio estavam prontos para essa vanguarda estética, mas e o campo? Outro indivíduo com domínio abrangente surge na Oca e compra uma Poltrona Mole: trata-se de Darcy Ribeiro como narra o próprio Rodrigues: “Eu tinha uma loja chamada Oca, lá na praça General Osório, e o Darcy foi várias

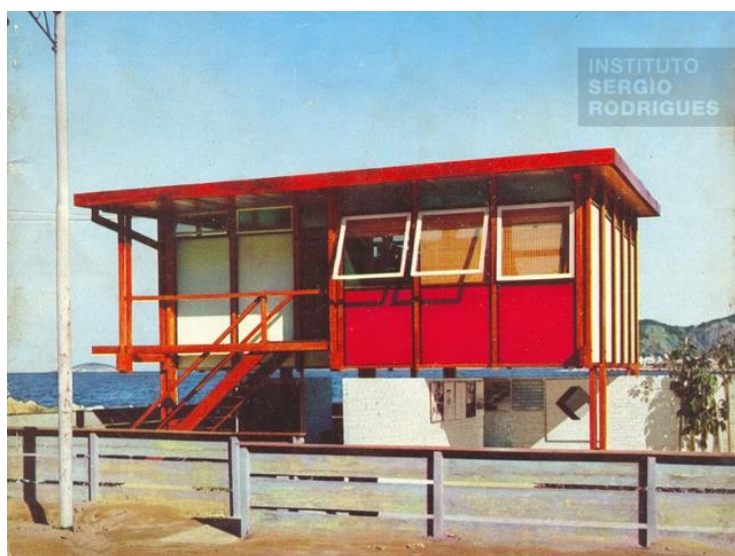
vezes na loja. Acabou comprando uma Poltrona Mole” (MARI, 2023, p. 18). Nada melhor que o autor de *O Povo Brasileiro* para compreender a estética da Poltrona Mole. Depois foi a vez da casa ser visitada por Millôr Fernandes – outro intelectual intrigado com a brasilidade.

Para além da Poltrona Mole, as pesquisas estéticas e culturais de Rodrigues o levam a desenhar e executar uma casa pré-fabricada que:

[...] seria um sucesso em seu lançamento. No ano da instalação no MAM Rio, ganhou a capa da edição de setembro da revista *Casa e Jardim*. O título do artigo, “Produção em massa de casas individuais”, expôs com traços de esperança o grande nó da arquitetura em países periféricos: o ansiado salto de produção artesanal/manufatureira para a produção industrial em larga escala. (MARI, 2023, p. 19).

A casa pré-fabricada não apenas acentua o caráter estético das obras de Rodrigues, mas sua preocupação com o campo, ou seja, a viabilidade da funcionalidade do produto e seu recebimento pelo mercado<sup>5</sup>. Essa funcionalidade exterior alinhada à praticidade e preocupada com os custos (elemento também presente no Bauhaus) se conectam com o interior da casa pré-fabricada que possui uma riqueza ampla de elementos oriundos da brasilidade de nossa cultura.

**Figura 4 - Casa pré-fabricada**



**Fonte:** [www.institutosergiorodrigues.com.br](http://www.institutosergiorodrigues.com.br)

---

<sup>5</sup> Esse mesmo processo pode ser atribuído ao mercado da arte. Um exemplo é a obra de Basquiat e seu sucesso nas galerias de arte de Nova York.

O aproveitamento dos métodos industriais cumpria “[...] sem dúvida, a função de barateamento e democratização da produção de bens urgentes e necessários à vida” (MARI, 2023, p. 19). Rodrigues estava sintonizado com as necessidades da construção civil no Brasil. Havia, além disso, uma saída à monotonia dos pré-fabricados na arquitetura industrializada uma vez que a casa era construída com elementos pré-fabricados, o que lhe conferia um *plus* estético.

**Figura 5** - Interior da casa pré-fabricada



**Fonte:** [www.institutosergiorodrigues.com.br](http://www.institutosergiorodrigues.com.br)

Os pisos de peroba e os jardins internos e externos – bem como o mobiliário presente em seu desenho do interior da casa pré-fabricada – assinalam, mais uma vez, a brasilidade presente em suas obras. Isso insere sua criatividade para além de ser “[...] o designer do móvel brasileiro por excelência” (MARI, 2023, p. 37), mas também no campo da arquitetura.

O sistema de construção desenvolvido por Sérgio Rodrigues, o SR2, consiste em um processo de elaboração arquitetônica em que os projetos se valem de “[...] técnicas de usinagem e montagem, baseando-se na criação de espaços a partir de uma estrutura independente, de componentes industrializados em madeira maciça e painéis de vedação especiais” (CALS, 2000, p. 163). A riqueza dessas possibilidades de construção se espalhou para outros domínios: “Entre 1960 e 1965 foram montadas cerca de duzentas unidades, entre casas, clubes, hotéis, escritórios de campo etc” (SANTOS, 2023, p. 153).

Entretanto, a alta brasilidade estética de Sérgio Rodrigues – o local em que o indivíduo, o domínio e o campo encontram-se como plena manifestação do Belo enquanto obra do espírito se dá em seu mobiliário. Reconhecido como o designer por excelência do mobiliário de caráter brasileiro, sua obra possui matizes dignas de obras de um pintor ou escultor como atestam sua Poltrona Tonico ou sua Poltrona Vivi.

**Figura 6** - Poltrona Tonico e Poltrona Vivi



**Fonte:** [www.institutosergiorodrigues.com.br](http://www.institutosergiorodrigues.com.br)

A convite do arquiteto Oscar Niemeyer, Sérgio Rodrigues desenhou e produziu mobília especialmente para alguns interiores de repartições públicas de Brasília que atendessem e dialogassem com os espaços projetados pelo arquiteto. A poltrona Kiko e a poltrona Beto que foram projetadas para equipar o palácio do Itamaraty é um exemplo.

**Figura 7** - Poltrona Kiko e Poltrona Beto

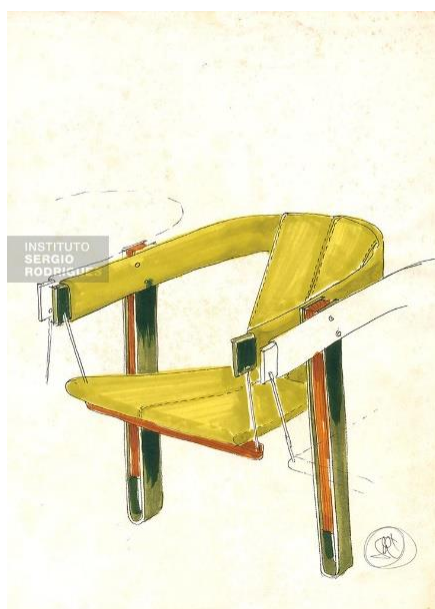


**Fonte:** [www.institutosergiorodrigues.com.br](http://www.institutosergiorodrigues.com.br)



É prudente também lembrar dos projetos de mobília de Sérgio para a UnB, Universidade de Brasília, a cadeira candango, desenvolvida para o auditório dois candangos (COSTA JUNIOR , 2021). Trata-se de uma cadeira que foge dos modelos padrão de mobília que figuram nos teatros em geral. Uma cadeira em balanço, formada por duas bases metálicas fixadas em um piso de concreto e o encosto em chapa de aço em forma de ferradura presa na lateral e o assento com forro de couro, fixado em balanço por intermédio de hastes metálicas (raios de motocicleta).

**Figura 8 - Cadeira Candango**



**Fonte:** [www.institutosergiorodrigues.com.br](http://www.institutosergiorodrigues.com.br)

Seu mobiliário, em termos estéticos, transita entre a leveza, como a cadeira Lucio Costa e a cadeira Niemeyer, e o peso das formas e dos materiais (poltrona Chifruda, cadeira Menna), entre a grossura e a sutileza, entre os tons escuros e a claridade do branco e do amarelo, eivado de madeiras que traduzem nossa essência enquanto uma nação fincada na diversidade de seu processo histórico de construção. Esse mundo diverso é a tradução daquilo que somos como se fosse possível compreender em um só olhar toda a gama de expressão artística da Semana de 22 como uma sentença definitiva sobre aquilo que somos.



**Figura 9** - Cadeira Lúcio Costa e Cadeira Niemeyer



**Fonte:** [www.instituto-sergirodrigues.com.br](http://www.instituto-sergirodrigues.com.br)

**Figura 10** - Poltrona Chifruda e Cadeira Menna



**Fonte:** [www.instituto-sergirodrigues.com.br](http://www.instituto-sergirodrigues.com.br)

### **3 Considerações finais**

A intenção deste artigo consistiu em poder apresentar a hermenêutica do belo a partir da estética hegeliana tomando como fio condutor a estética e brasilidade das obras do designer brasileiro Sérgio Rodrigues, visando compreender as complexas interseções que envolvem o criador, elementos de domínio e instâncias de

legitimação do produto, nos valem como referência teórica o modelo de perspectivas de sistemas de Csikszentmihalyi (2014)

Para o campo que foi educado – e toda obra de arte traz em si um pouco ou muito de pedagogia – o mobiliário de Sérgio Rodrigues possui a capacidade de fornecer pistas valiosas sobre a brasilidade a partir de um demonstrar do Belo que se finca no espírito da própria brasilidade.

Elaborou-se uma hermenêutica-fenomenológica sobre o Belo para podermos desvelar como o mesmo se mostra nas obras de arte e como podem estar presentes na construção do design de mobiliário. Elegemos as obras-mobiliário e arquitetura de Sérgio Rodrigues como fenômenos estéticos que conseguem traduzir uma brasilidade própria tão essencial em suas composições. Assim, unimos a abordagem dialética da estética de Hegel à compreensão do sistema cultural de Csikszentmihalyi (2014), revelando o lugar do Belo e da brasilidade nas obras de Sérgio Rodrigues.

## Referências

ADORNO, T. HORKHEIMER, M. Dialética do Esclarecimento. São Paulo: Zahar, 1985.

ARISTÓTELES. Poética. São Paulo: Editora 34, 2015.

CALS, Soraia (org). Texto de divulgação do Sistema SR2. In: *Sérgio Rodrigues*. Rio de Janeiro: S. Cals, 2000.

CALS, Soraia. Sérgio Rodrigues. Rio de Janeiro: Icatu, 2000.

COSTA JUNIOR, José Airton. Sérgio Rodrigues e o mobiliário moderno da Universidade de Brasília. Brasília: Ed. Tagore, 2021.

COUTINHO, Evaldo. O ano da criação. in: *Continente Multicultural*, Ano I, nº 3, março/2001. Recife: CEPE, 2001.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. Does Overinclusiveness Equal Creativity? Taylor & Francis, Ltd, Vol. 4, No. 3, 1993.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. The systems model of creativity: the collected Works of Mihaly Csikszentmihalyi, New York, Springer, 2014.

GARDNER, Howard. *Mentes que criam*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

GROPIUS, Walter. *Bauhaus – Nova arquitetura*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1972,

HEGEL, Friedrich. Estética. São Paulo: Nova Cultural, 2000.

HEIDEGGER, Martin. Ser e Tempo. 2ª Ed. Petrópolis: Vozes, 1988.

KANT, Immanuel. Crítica da Faculdade do Juízo. São Paulo: Forense Universitária, 2005.

KANT, Immanuel. Crítica da Razão Pura. São Paulo: Edipro, 2020.

LÈVI-STRAUSS, Claude. As Estruturas Elementares de Parentesco. São Paulo: Vozes, 2012.

MARCUSE, Herbet. Razão e Revolução. 5ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2004.

MARI, Marcelo. Sérgio Rodrigues em Brasília. São Paulo: Olhares, 2023.

MENESES, Ramiro. A ética e o belo segundo Kant: pela faculdade do julgar. 2013. Disponível em:  
In:<https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/10236#:~:text=Segundo%20Kant%2C%20o%20belo%20resulta,com%20as%20leis%20da%20Verstand>. Acesso em: 21 nov 2023.

MORAIS, Maria de Fátima. Definição e avaliação da criatividade. Braga: FTC, 2001.

PLATÃO. República. São Paulo: La Fonte, 2017.

SANTOS, Gilfranco. Tempo e história na hermenêutica bíblica. São Paulo: Loyola, 2009.

SANTOS, M. C. L dos. móvel moderno no Brasil. 2ª ed. São Paulo: Olhares, 2015.