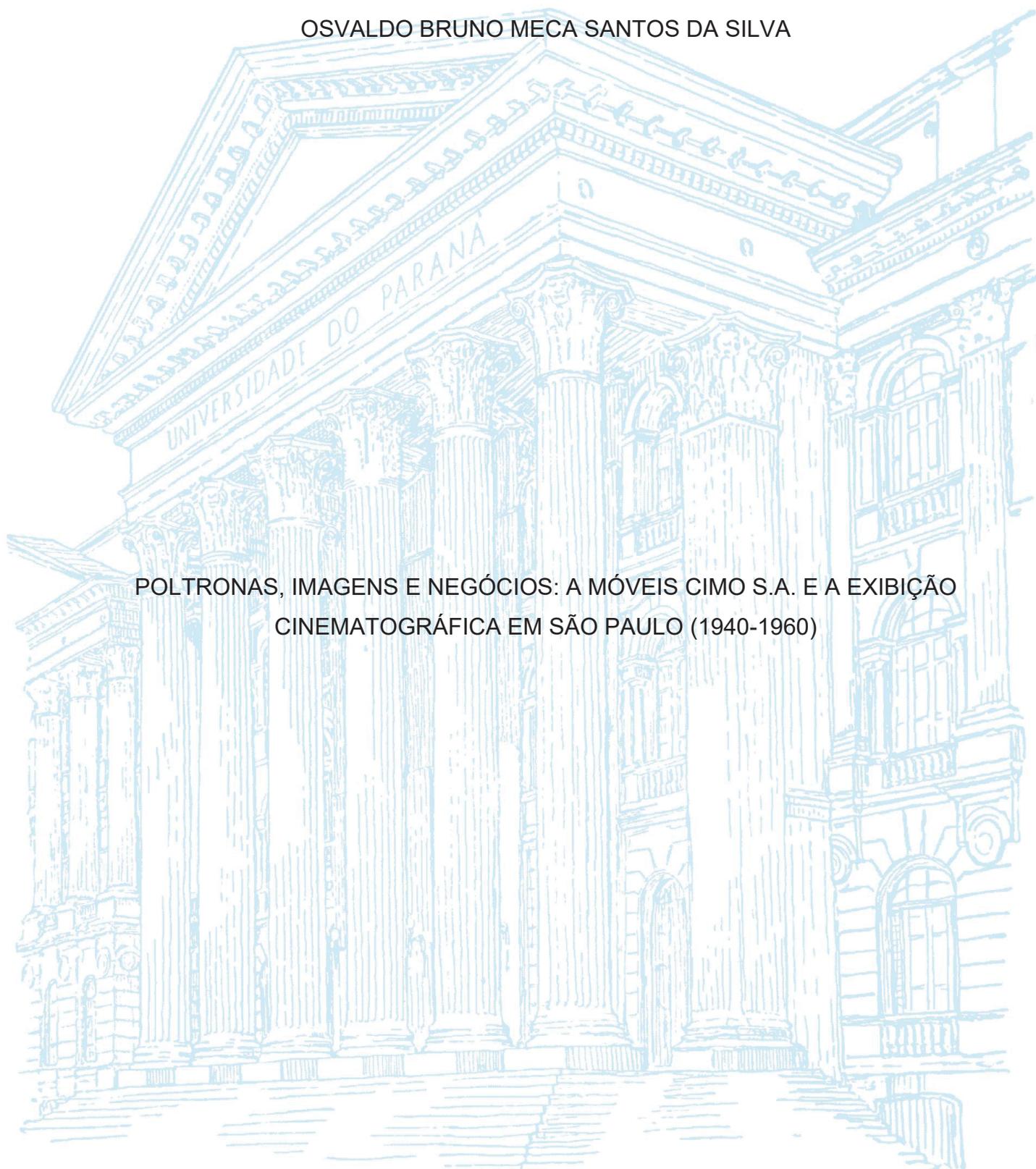


UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

OSVALDO BRUNO MECA SANTOS DA SILVA



POLTRONAS, IMAGENS E NEGÓCIOS: A MÓVEIS CIMO S.A. E A EXIBIÇÃO
CINEMATOGRAFICA EM SÃO PAULO (1940-1960)

CURITIBA

2025

OSVALDO BRUNO MECA SANTOS DA SILVA

POLTRONAS, IMAGENS E NEGÓCIOS: A MÓVEIS CIMO S.A. E A EXIBIÇÃO
CINEMATOGRÁFICA EM SÃO PAULO (1940-1960)

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação
em História, Setor de Ciências Humanas,
Universidade Federal do Paraná, como requisito
parcial à obtenção do título de Doutor em História.

Linha de Pesquisa: Arte, Memória e Narrativa
Orientadora: Prof^a. Dr^a. Rosane Kaminski

CURITIBA

2025

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SISTEMA DE BIBLIOTECAS – BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS

Silva, Osvaldo Bruno Meca Santos da
Poltronas, imagens e negócios: a Móveis Cimo S.A. e a exibição
cinematográfica em São Paulo (1940-1960). / Osvaldo Bruno Meca
Santos da Silva. – Curitiba, 2025.

1 recurso on-line : PDF.

Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Paraná, Setor de
Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em História.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Rosane Kaminski.

1. Indústria de móveis - Paraná. 2. Móveis – Cinema - História.
3. Cultura material. I. Kaminski, Rosane, 1967-. II. Universidade
Federal do Paraná. Programa de Pós- Graduação em História.
III. Título.

Bibliotecária: Fernanda Emanoéla Nogueira Dias CRB-9/1607



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO HISTÓRIA -
40001016009P0

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação HISTÓRIA da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da tese de Doutorado de **OSVALDO BRUNO MECA SANTOS DA SILVA**, intitulada: **Poltronas, Imagens e negócios: a Móveis Cimo S.A. e a exibição cinematográfica em São Paulo (1940-1960)**, sob orientação da Profa. Dra. ROSANE KAMINSKI, que após terem inquirido o aluno e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

A outorga do título de doutor está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

CURITIBA, 29 de Agosto de 2025.

Assinatura Eletrônica
30/08/2025 16:19:00.0
ROSANE KAMINSKI

Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica
01/09/2025 12:50:11.0
JOÃO LUIZ VIEIRA

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE)

Assinatura Eletrônica
01/09/2025 07:57:58.0

RONALDO DE OLIVEIRA CORRÊA

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Assinatura Eletrônica
01/09/2025 12:28:16.0
FERNANDO ATIQUE

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO)

Assinatura Eletrônica
30/08/2025 16:03:11.0
PEDRO PLAZA PINTO

Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Rua General Carneiro, 460, Ed.D.Pedro I, 7º andar, sala 716 - Campus Reitoria - CURITIBA - Paraná - Brasil
CEP 80060-150 - Tel: (41) 3360-5086 - E-mail: cpghis@ufpr.br

Documento assinado eletronicamente de acordo com o disposto na legislação federal Decreto 8539 de 08 de outubro de 2015.
Gerado e autenticado pelo SIGA-UFPR, com a seguinte identificação única: 479366

Para autenticar este documento/assinatura, acesse <https://siga.ufpr.br/siga/visitante/autenticacaoassinaturas.jsp>
e insira o código 479366

*Dedico essas páginas a
Gabrielle Koppen Ferreira, meu bem
Dernival Santos da Silva (in memorian), meu pai
Antônia Bongiorno Carvalho De Laquila, minha afilhada
Gabriel Bruno Meca Herculano, meu afilhado
Danuta Medeiros, minha psicoterapeuta*

AGRADECIMENTOS

Certa vez ouvi de uma pesquisadora que os elementos "pré-textuais", caso dos agradecimentos, são significativos e importantes para a compreensão do texto integral, pois nessas linhas é possível identificar com quem o/a autor/a dialoga, se comunica, interage, se dedica. Apresento aqui os encontros e conversas que tive ao longo dessa tese, de diferentes formas.

Começo agradecendo a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pois a partir da bolsa CAPES-PROEX pude aprofundar pesquisas e investigações, me dedicar a leituras e a escrita, visitar arquivos e me mudar de São Paulo para Curitiba.

Reconhecendo o bem público, agradeço instituições de pesquisa que me auxiliaram: as inúmeras bibliotecas que visitei, caminhei pelo acervo e utilizei como espaço de estudo; a Fundação Biblioteca Nacional; Cinemateca Brasileira; Arquivo Histórico Municipal de São Paulo; e o Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho, organizações que guardam e disponibilizam documentação preciosa, com profissionais bem formados e dispostos a contribuir com a pesquisa histórica. Aproveito para agradecer a Maria Cristina Parzowski, secretária do PPGHIS/UFPR.

Demonstro minha profunda gratidão à Prof^a. Dr^a. Rosane Kaminski. Orientação que movimenta e acolhe, com seu traço marcante de orgulho expresso por seus orientandos, resultado de uma experiência de educadora humana e justa. Estendo esse agradecimento ao Prof. Dr. Artur Freitas, que também acompanhou e contribuiu com minha pesquisa em diversos encontros e eventos.

Aproveito para agradecer aos meus colegas de orientação, colegas da linha de pesquisa Arte, Memória e Narrativa (AMENA), colegas do Núcleo de Artes Visuais (NAVIS) e do PPGHIS/UFPR, que me acolheram em Curitiba e foram interlocutores da pesquisa, em especial Matheus Perbiche, Vinícius Franqueto, Simone Landal, Gabriel Forgati, Larissa Busnardo, Luan Kemieski, Noemia Fontanela, Marcos Manoel, Alexandra Rodrigues, Luiz Gabriel da Silva, Paulo Biscaia.

Nesse processo também demonstro minha gratidão com a banca de qualificação, Prof. Dr. Pedro Plaza e Prof. Dr. Ronaldo Correa, que mesmo antes da banca mantínhamos uma interlocução, e foram preciosas contribuições que me impulsionaram no desenvolvimento da pesquisa.

Recordo com carinho do caminho da minha formação e agradeço por tanta experiência e aprendizado. Foram tantos professores e professoras nesse percurso, que não conseguiria elencar aqui. Mas cada um e cada uma, a seu modo, me ensinaram que a curiosidade e a pesquisa são essenciais para uma vida mais interessante.

Relembro, de modo especial, os docentes que foram fundamentais na minha graduação em História na Universidade de São Paulo (USP). Destaco também a amizade do Prof. Dr. Fernando Atique, que me orientou durante o mestrado e me motivou a seguir na academia. Também trago do coração lembranças e carinho dos amigos do Grupo de Pesquisa Cidade, Arquitetura e Preservação em Perspectiva Histórica (CAPPH): Diógenes Sousa, Carlos Moura, Michele Dias, Philippe Reis, Renata Geraissati.

Pessoas importantes no meu processo de mudança para Curitiba e interessados e cuidadosos com minha pesquisa (quantas vezes não recebi uma postagem sobre móveis?): Valcir Moraes, Valquíria Garcia, Lucas Duarte, Agnaldo Duarte, Helen Sá, Thammy Novakovski, Fernando Castro, Paola Koppen, Odair Zonta, Luiza do Carmo Koppen, Augusto Koppen, Lorenzo Koppen, família Ferreira.

Muitas pessoas também me auxiliaram enviando documentação, textos, inspirações: Prof. Dr. João Luiz Vieira, Prof^ª. Dr^a. Ethel Leon, Prof. Dr. Carlos Augusto Calil, Prof. Dr. Renato Anelli, Prof^ª. Dr^a. Marilzete Basso, Prof^ª. Dr^a. Yasmin Fabris, Prof^ª. Dr^a. Michele Zamoner, Prof^ª. M^a. Débora Cristina Peyerl, Prof. Me. Christian Jafas, Augusto Meurer.

Um apoio essencial de motivação, risadas, presença – ainda que distante – partiu de dois grandes amigos: Rafael Oliveira e Bruno Alface. Foram muitas horas de câmera ligada, em silêncio, com muitos pomodoros. Aqui também lembro de minha afilhada, Camila Pessoa, que vez ou outra aparecia na câmera.

Pessoas que mostram o quanto a vida é plena e que fazem parte desse processo desde 2002: Leonardo De Laquila e Mariana Bongiorno. E em 2022 me deram um lindo presente, Antônia, minha amada afilhada.

Tenho o coração cheio de gratidão por reconhecer aqui nessas linhas uma família que me ama e apoia. Minha mãe, Vera, minha irmã, Cintia, meu amado afilhado que me inspira, Gabriel, meu pai (*in memoriam*) que intercede por mim do céu, minha avó Jandira e meus tios e padrinhos, Osvaldo e Noêmia.

E agradeço ao amor, amor concreto, que se chama Gabrielle. Meu bem, que me apoiou nesse processo e em muitos outros, que compreendeu e que torceu (e sofreu) comigo. Em muitas linhas daqui há o cuidado expresso de diversas formas: do abraço acolhedor ao café inspirador. Te amo.

Todas essas lembranças, pessoas e momentos me confirmam que essa tese valeu e vale a pena.

“[...] nós, vocês, completamente sob o efeito do encantamento, possuídos, erotizados, exaltados, assustados, amando, sofrendo, fruindo, odiando, não deixamos de saber que estamos numa poltrona contemplando um espetáculo imaginário”.

Edgar Morin

RESUMO

Esta tese investiga a atuação da Móveis CIMO S.A. no fornecimento de poltronas para salas de cinema entre as décadas de 1940 e 1960, com especial atenção ao mercado exibidor cinematográfico da cidade de São Paulo. A partir de uma abordagem interdisciplinar, a pesquisa articula e propõe aproximações entre a História e o Design, a História e a Imprensa e a História da Exibição Cinematográfica. Assim, pretende-se analisar as poltronas não apenas como objetos funcionais, mas como dispositivos que possuem sua biografia e tensões. A poltrona é compreendida enquanto artefato técnico e simbólico, que sugere uma mediação da experiência estética do cinema, e participa e se insere em dinâmicas industriais, comerciais e de comunicação. A pesquisa mobiliza um extenso volume de fontes primárias, como arquivos empresariais e documentação técnica, assim como anúncios publicitários, oriundos, em grande medida, de um conjunto de jornais e revistas especializados (*Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico* e a *Revista O Exibidor*), publicações da própria fábrica (*Revista Móveis CIMO*) e na imprensa diária. Um dos aspectos observados na documentação é a formação e a manutenção de redes de sociabilidade e negócios estabelecidas por agentes como Martin Zipperer e representantes comerciais que atuaram em diversas regiões do Brasil. A análise dessas redes revela as estratégias da empresa para consolidar sua posição no mercado, desde a primeira encomenda de cadeiras em 1921 até a presença da marca em milhares de salas de cinema e auditórios pelo país. A tese está estruturada em quatro capítulos que buscam compreender: (1) o estabelecimento das redes e das escolhas comerciais; (2) a presença das poltronas no discurso publicitário; (3) a inserção material das poltronas nas salas de exibição como parte do dispositivo cinematográfico; e (4) as imagens relacionadas às poltronas durante os festejos do IV Centenário da cidade de São Paulo. O estudo também explora como a Móveis CIMO S.A. se valeu da retórica da tradição, da modernização tecnológica e da associação com a história do cinema. Ao acompanhar os deslocamentos materiais, discursivos e simbólicos das poltronas, a pesquisa contribui para uma compreensão ampliada dos estudos de cinemas no Brasil, especificando um dos itens necessários aos espaços de exibição e suas materialidades. Nesse percurso, evidencia-se a importância das indústrias correlatas – no caso, a indústria moveleira – na constituição da experiência cinematográfica moderna, e reafirma-se o potencial heurístico de objetos cotidianos na análise histórica.

Palavras-chave: Poltronas de cinema; Móveis CIMO S.A.; História da exibição cinematográfica; Cultura material; Design

ABSTRACT

This thesis investigates the activities of Móveis CIMO S.A. in supplying armchairs for movie theaters between the 1940s and 1960s, with a special focus on the movie theater market in the city of São Paulo. Using an interdisciplinary approach, the research articulates and proposes connections between History and Design, History and the Press, and the History of Film Exhibition. Thus, it aims to analyze the seats not only as functional objects, but as devices that have their own biography and tensions. The seat is understood as a technical and symbolic artifact that suggests a mediation of the aesthetic experience of cinema and participates in and is inserted into industrial, commercial, and communication dynamics. The research draws on an extensive volume of primary sources, such as company archives and technical documentation, as well as advertisements, largely from a set of specialized newspapers and magazines (Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico and Revista O Exibidor), publications from the factory itself (Revista Móveis CIMO), and the daily press. One of the aspects observed in the documentation is the formation and maintenance of social and business networks established by agents such as Martin Zipperer and commercial representatives who worked in various regions of Brazil. The analysis of these networks reveals the company's strategies to consolidate its position in the market, from the first order of chairs in 1921 to the brand's presence in thousands of movie theaters and auditoriums across the country. The thesis is structured in four chapters that seek to understand: (1) the establishment of networks and commercial choices; (2) the presence of chairs in advertising discourse; (3) the material insertion of chairs in screening rooms as part of the cinematographic device; and (4) images related to the armchairs during the celebrations of the IV Centenary of the city of São Paulo. The study also explores how Móveis CIMO S.A. used the rhetoric of tradition, technological modernization, and association with the history of cinema. By tracking the material, discursive, and symbolic shifts of the seats, the research contributes to a broader understanding of cinema studies in Brazil, specifying one of the items necessary for screening spaces and their materialities. In this process, the importance of related industries—in this case, the furniture industry—in the constitution of the modern cinematic experience is highlighted, and the heuristic potential of everyday objects in historical analysis is reaffirmed.

Keywords: Movie theater seats; Móveis CIMO S.A.; History of film exhibition; Material culture; Design

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 - FRAME DO FILME UM HOMEM COM UMA CÂMERA	15
FIGURA 2 - FRAME DO FILME UM HOMEM COM UMA CÂMERA	16
FIGURA 3 - FRAME DO FILME UM HOMEM COM UMA CÂMERA	17
FIGURA 4 - FRAME DO FILME UM HOMEM COM UMA CÂMERA	17
FIGURA 5 - FRAME DO FILME UM HOMEM COM UMA CÂMERA	18
FIGURA 6 - LOCALIZAÇÃO DAS PLANTAS FABRIS	63
FIGURA 7 - REPRODUÇÃO DO DIPLOMA DE MARTIN ZIPPERER	70
FIGURA 8 - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA EMPRESA A RESIDÊNCIA.....	73
FIGURA 9 - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA EMPRESA A RESIDÊNCIA.....	75
FIGURA 10 - A RESIDÊNCIA NA EXPOSIÇÃO INDUSTRIAL DE SÃO PAULO.....	77
FIGURA 11 - A RESIDÊNCIA NA EXPOSIÇÃO INDUSTRIAL DE SÃO PAULO.....	78
FIGURA 12 - CASA BRITANNIA NA EXPOSIÇÃO INDUSTRIAL DE SÃO PAULO .81	
FIGURA 13 - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA CASA BRITANNIA.....	82
FIGURA 14 - PEDIDO PARA CONSTRUÇÃO DE DEPÓSITO DE MADEIRAS.....	85
FIGURA 15 - MAPA DA REGIÃO DA ANTIGA SEDE DA ESCOLA POLITÉCNICA	86
FIGURA 16 - PROJETO DO DEPÓSITO DE MADEIRAS DE MARTIN ZIPPERER .87	
FIGURA 17 - PRIMEIRO MODELO DE POLTRONAS DA MÓVEIS CIMO S.A.....	100
FIGURA 18 - PRIMEIRO MODELO DE POLTRONAS DA MÓVEIS CIMO S.A.....	101
FIGURA 19 - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	103
FIGURA 20 - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	105
FIGURA 21 - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	106
FIGURA 22 - REPORTAGEM SOBRE A COMPANHIA STREIFF	109
FIGURA 23 - REPORTAGEM SOBRE A COMPANHIA STREIFF	110
FIGURA 24 - REPORTAGEM SOBRE A COMPANHIA STREIFF	111
FIGURA 25 - CATÁLOGO DA C. BIEKARCK & CIA.....	116
FIGURA 26 - ANÚNCIO DA C. BIEKARCK & CIA.	118
FIGURA 27 - ANÚNCIO DA C. BIEKARCK & CIA.	119
FIGURA 28 - CAPA DE CATÁLOGO JORGE ZIPPERER & CIA.....	120
FIGURA 29 - ANÚNCIO DA C. BIEKARCK & CIA.	121
FIGURA 30 - ANÚNCIO DA C. BIEKARCK & CIA.	122
FIGURA 31 - ANÚNCIO DA EMPREZA CINEMATOGRAFICA PATHÉ.....	123
FIGURA 32 - CARTÃO DE VISITA DA RAYMUNDO EGG & CIA.	133

FIGURA 33 - ANÚNCIO DA EMPRESA RAYMUNDO EGG & CIA.....	134
FIGURA 34 - NOTÍCIA SOBRE A CIA. M. ZIPPERER	135
FIGURA 35 - NOTÍCIA SOBRE A CIA. M. ZIPPERER	138
FIGURA 36 - NOTÍCIA SOBRE A CIA. M. ZIPPERER	139
FIGURA 37 - NOTÍCIA SOBRE A CIA. M. ZIPPERER	140
FIGURA 38 - ANÚNCIO DA EMPRESA QUEIROZ & LORUSSO LTDA.	144
FIGURA 39 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	145
FIGURA 40 - OBITUÁRIO DE ANTENOR TEIXEIRA	152
FIGURA 41 - FICHA DE ANTENOR TEIXEIRA NO DEOPS	153
FIGURA 42 - PÁGINA DA REVISTA DAS ESTREIAS.....	155
FIGURA 43 - NOTÍCIA DA VIAGEM DE RAYMUNDO EGG.....	156
FIGURA 44 - CAPA DO CINE-REPÓRTER.....	159
FIGURA 45 - VISITA A REDAÇÃO DO CINE-REPÓRTER	160
FIGURA 46 - VISITA DE FELIPE GLOCK AO CINE-REPÓRTER.....	162
FIGURA 47 - TARIFAS DE PUBLICIDADE CINE-REPÓRTER	164
FIGURA 48 - HOMENAGEM DA MÓVEIS CIMO S.A. A J.B. ANDRADE	166
FIGURA 49 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	167
FIGURA 50 - NOTICIÁRIO CIMO	170
FIGURA 51 - NOTICIÁRIO CIMO	171
FIGURA 52 - CAPA DA REVISTA O EXIBIDOR.....	172
FIGURA 53 - MATÉRIA SOBRE VISIBILIDADE	175
FIGURA 54 - MATÉRIA SOBRE VISIBILIDADE	175
FIGURA 55 - MATÉRIA SOBRE VISIBILIDADE	176
FIGURA 56 - MATÉRIA SOBRE O CINERAMA.....	176
FIGURA 57 - NOTÍCIA SOBRE O CINE ÓPERA.....	178
FIGURA 58 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	180
FIGURA 59 - POLTRONA DESTINADA A RUI BARBOSA.....	182
FIGURA 60 - ANÚNCIO DA B.V. SARLY.....	183
FIGURA 61 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	188
FIGURA 62 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	190
FIGURA 63 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	192
FIGURA 64 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	195
FIGURA 65 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	195
FIGURA 66 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	196

FIGURA 67 - ANÚNCIO DA MÓVEIS BRAFOR	200
FIGURA 68 - ANÚNCIO DA MÓVEIS BRAFOR	201
FIGURA 69 - CAPA DO O ESTADO DE S. PAULO.....	203
FIGURA 70 - NOTÍCIA SOBRE O CINE BANDEIRANTES.....	204
FIGURA 71 - ANÚNCIOS DA MÓVEIS CIMO S.A.....	205
FIGURA 72 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	207
FIGURA 73 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	208
FIGURA 74 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	209
FIGURA 75 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	210
FIGURA 76 - INAUGURAÇÃO DO CINE PAULSITA.....	212
FIGURA 77 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	213
FIGURA 78 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	215
FIGURA 79 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	217
FIGURA 80 - CATÁLOGO DA MÓVEIS CIMO S.A.....	218
FIGURA 81 - CATÁLOGO DA MÓVEIS CIMO S.A.....	219
FIGURA 82 - CATÁLOGO DA MÓVEIS CIMO S.A.....	220
FIGURA 83 - CATÁLOGO DA MÓVEIS CIMO S.A.....	221
FIGURA 84 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	230
FIGURA 85 - MAQUETE DA VOLUTA ASCENDENTE	231
FIGURA 86 - ROTEIRO O SEU REPÓRTER ESSO	235
FIGURA 87 - POLTRONAS MÓVEIS CIMO S.A. NO GINÁSIO DO PACAEMBU ..	236
FIGURA 88 - POLTRONAS MÓVEIS CIMO S.A. NO GINÁSIO DO PACAEMBU ..	237
FIGURA 89 - POLTRONAS MÓVEIS CIMO S.A. NO GINÁSIO DO PACAEMBU ..	238
FIGURA 90 - POLTRONAS MÓVEIS CIMO S.A. NO GINÁSIO DO PACAEMBU ..	239
FIGURA 91 - POLTRONAS MÓVEIS CIMO S.A. NO GINÁSIO DO PACAEMBU ..	240
FIGURA 92 - CAPA DO CINE-REPÓRTER.....	241
FIGURA 93 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.	242
FIGURA 94 - CAPA DO PROGRAMA DO BALLET	248
FIGURA 95 - PROGRAMA DO BALLET	249

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
A POLTRONA: CULTURA MATERIAL, DISPOSITIVO E MEDIAÇÃO	20
OS PERCURSOS DA PESQUISA	27
A MÓVEIS CIMO S.A. NA HISTORIOGRAFIA	30
HISTÓRIA E DESIGN E HISTÓRIA DA EXIBIÇÃO CINEMATOGRAFICA	45
IMPRENSA E HISTÓRIA	53
1 ENTRE REDES E ACORDOS: MÓVEIS COMO ESCOLHA	61
1.1 MAPEAR VIDAS	65
1.2 “AS CADEIRAS OU POLTRONAS SERÃO SEMPRE FIXAS”	88
1.3 A PRIMEIRA ENCOMENDA	97
1.4 MARTIN ZIPPERER: TÉCNICO E INVENTOR.....	106
1.5 OS REPRESENTANTES COMERCIAIS E A MUDANÇA DE SEDE	115
2 ENTRE PÁGINAS E ANÚNCIOS: MÓVEIS COMO IMAGENS	146
2.1 O CINE-REPÓRTER: SEMANÁRIO CINEMATOGRAFICO	148
2.2 A REVISTA O EXIBIDOR.....	168
2.3 A REVISTA MÓVEIS CIMO	177
3 ENTRE SALAS E ESPAÇOS: MÓVEIS COMO DISPOSITIVO	181
3.1 “INSTALADAS POR TODO O BRASIL”	187
3.2 “TODOS OS BONS CINEMAS SÃO MONTADOS COM POLTRONAS CIMO”	202
3.3 “ÊLES SÃO EXIGENTES”	214
4 ENTRE FESTAS E MEMÓRIAS: MÓVEIS COMO CELEBRAÇÃO	222
4.1 “SÃO PAULO VAI DANDO SUAS FESTAS EM LUGARES INADEQUADOS”	224
4.2 “A BOA PROPAGANDA QUE DISSO ADVIRÁ”	244
CONSIDERAÇÕES FINAIS	250
REFERÊNCIAS	255
BIBLIOGRÁFICAS	255
AUDIOVISUAIS	266
DOCUMENTAIS	266
DIGITAIS	273

INTRODUÇÃO

Em um cenário inicialmente ausente de pessoas, a câmera observa objetos e chega a se colocar entre eles. O suspense comum a alguns espetáculos se performa aqui também: a tela ainda está reservada atrás das cortinas. O corredor central se abre em fileiras de poltronas organizadas e quase que perfeitamente alinhadas (figura 1), evidenciadas em diferentes ângulos. Lustres sobrevoam estaticamente o ambiente.

FIGURA 1 - FRAME DO FILME UM HOMEM COM UMA CÂMERA



FONTE: Um homem com uma câmera. Dziga Vertov, 1929. RVISION e YouTube. 1 min. 50 seg.

O olhar é então dirigido à máquina: o projetor, com suas correias, bobinas e engrenagens aparentes – é um instrumento enigmático, que precisa ser operado com precisão; mãos habilidosas instalam o rolo de película de modo cirúrgico. As cortinas se abrem, e o espetáculo está próximo de seu início.

As poltronas, antes intactas e de modo alinhado (figura 2), parecem tomar vida própria: suas molas revelam uma espécie de livre-arbítrio, e seus assentos se

abaixam para receber os espectadores (figura 3), que transpassam as portas e ocupam a sala.

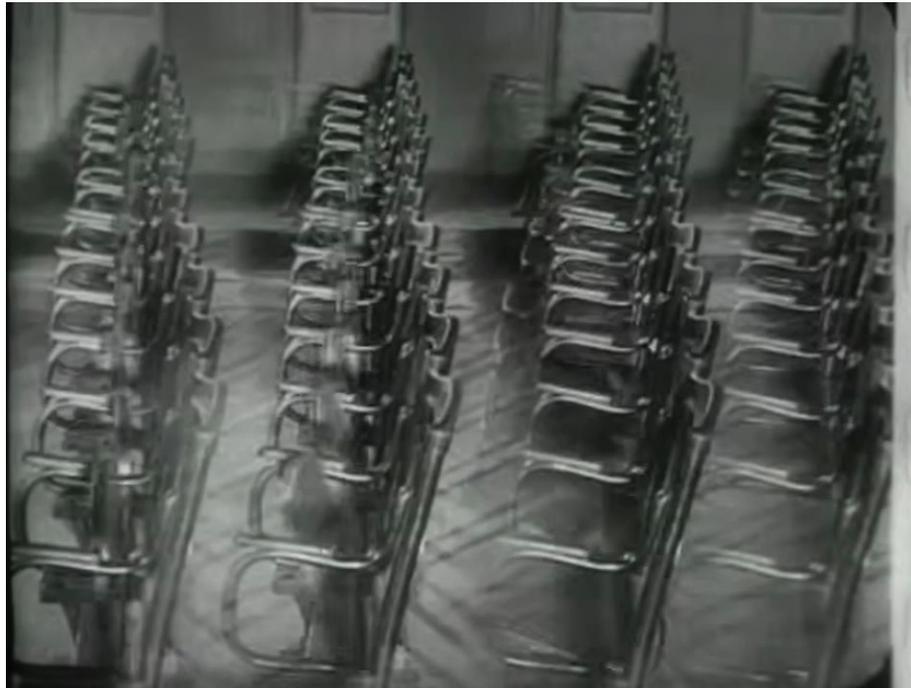
O movimento de pessoas é acompanhado pelos assentos das poltronas, em um gesto de acolhida ou reverência ao público (figura 4). Todos se acomodam. As poltronas, observadas pela câmera a partir de seu aspecto de uma maquinaria autônoma, agora estão discretas, camufladas, disfarçadas entre corpos fixos, roupas pesadas e chapéus (figura 5).

FIGURA 2 - FRAME DO FILME UM HOMEM COM UMA CÂMERA



FONTE: Um homem com uma câmera. Dziga Vertov, 1929. RVISION e YouTube. 1 min. 47 seg.

FIGURA 3 - FRAME DO FILME UM HOMEM COM UMA CÂMERA



FONTE: Um homem com uma câmera. Dziga Vertov, 1929. RVISION e YouTube. 2 min. 44 seg.

FIGURA 4 - FRAME DO FILME UM HOMEM COM UMA CÂMERA



FONTE: Um homem com uma câmera. Dziga Vertov, 1929. RVISION e YouTube. 2 min. 56 seg.

FIGURA 5 - FRAME DO FILME UM HOMEM COM UMA CÂMERA



FONTE: Um homem com uma câmera. Dziga Vertov, 1929. RVISION e YouTube. 2 min. 59 seg.

O lustre central é lentamente apagado. A penumbra tomou seu lugar. A orquestra tensa está a postos para os primeiros acordes. Faça-se a luz. E a película toma seu curso.

Em 8 de janeiro de 1929, o soviético Dziga Vertov (1896-1954) estreava o documentário *Um homem com uma câmera*, na cidade de Kiev, que, no período, era a capital da República Socialista Soviética da Ucrânia (RSSU). A obra foi produzida a partir da proposta estética intitulada cine-olho. Seu criador defendia que

[...] a utilização da câmera como cine-olho, muito mais aperfeiçoada do que o olho humano, para explorar o caos dos fenômenos visuais que preenchem o espaço, o cine-olho vive e se move no tempo e no espaço, ao mesmo tempo em que colhe e fixa impressões de modo totalmente diverso daquele do olho humano. **A posição do nosso corpo durante a observação**, a quantidade de aspectos que percebemos neste ou naquele fenômeno visual nada têm de coercitivo para a câmera, que percebe mais e melhor na medida em que é aperfeiçoada (VERTOV, 1983, p. 253-254, grifo nosso).

Um desses “fenômenos visuais” captados nos minutos iniciais da obra *Um homem com uma câmera* é a organização do espetáculo cinematográfico na

dimensão de sua exibição, acima descrita, a partir de cenas que compõe uma sala de cinema.¹

O longa-metragem faz um montagem com diversos temas do cotidiano em uma cidade: edifícios, atividades domésticas, comerciais e de lazer, o fluxo de trabalho, o deslocamento de pessoas, além do uso de diversas máquinas: bondes, navios, trens e os próprios aparatos cinema.

Trata-se de uma expressão da modernidade a partir de artefatos, relações, comportamentos e hábitos em um ambiente essencialmente urbano. Nesse conjunto, a atividade da exibição cinematográfica, na proposta metalinguística de Vertov, se realiza.

Essa caracterização da sala de cinema nos minutos iniciais do filme de Vertov, em detalhes que transitam a partir da posição do observador, chama a atenção por apresentar as poltronas como parte integrante da atividade que decorrerá daí. Mais que isso: as poltronas são mecanismos, tal qual o projetor, ainda que cada um possua maior ou menor grau de complexidade na produção e utilização; e também são um objeto de decoração e admiração, como os lustres, as pinturas e as cortinas, mesmo possuindo distintas referências estéticas.

As poltronas foram representadas como objetos que compunham a atividade, ou seja, uma peça de um conjunto para a concretização da exibição e a garantia da experiência do filme. Nesse trecho introdutório da obra de Vertov as poltronas foram significativas, e a partir disso mobilizo algumas perguntas para pensar essa peça de mobiliário no caso brasileiro:

- 1) De que maneira as poltronas contribuem na experiência do espectador e a configuração dos espaços de exibição cinematográfica?

¹ O cinema em que as cenas foram filmadas ficava localizado na rua Khreschatyk, nº 38, na região central da cidade Kiev, capital da Ucrânia. Foi inaugurado em dezembro de 1912 por um empresário austríaco chamado Anton Shantser (a grafia do seu sobrenome apresenta diferentes variações, a depender da fonte, tais como Schanzer, Schantzer ou Shantzer). A sala contava com 1100 assentos, divididos entre o térreo, o balcão e camarotes (semelhante ao modelo do espaço de teatros), além de equipamentos de ventilação, saídas de emergência, um foyer e um café (espaços que pretendiam suprir, no período, a adaptação a práticas de espera e socialização dos espectadores, uma vez que os filmes estavam em um contexto de transição para uma duração maior). As fontes não são consensuais em relação ao nome do cinema, mas é recorrente o nome “Expresso” (na figura 4, porém, as iniciais “T” e “S” grafadas na poltrona podem indicar o nome “Teatro Shantser”). Em 1922 o cinema foi nacionalizado, após o processo de formação da República Socialista Soviética da Ucrânia, e a sala passou a ser estatal. Foi demolido em 1941 por conta de bombardeios da Segunda Guerra Mundial (MYSLAVSKYI, 2023).

- 2) Quais foram as normas e regras estatais sobre a necessidade das poltronas em espaços para exibição cinematográfica?
- 3) Quais agentes e instituições participaram do processo de projeto, produção e comercialização de poltronas para cinemas no Brasil?
- 4) Quais fatores determinaram a padronização do design e da instalação das poltronas nas salas de cinema ao longo do tempo?
- 5) Quais estratégias comerciais e produtivas garantiram a lucratividade e a eficiência da fabricação e venda de poltronas para cinemas?
- 6) Como a publicidade, os catálogos e outros discursos construíram representações sobre o mobiliário de cinema - e do próprio cinema - e sua importância para a atividade?
- 7) Quais fatores levaram empresas a se especializarem no fornecimento de poltronas para cinemas, e como essa escolha garantiu sua rentabilidade?

Além dessas questões, será possível observar como o filme de Vertov pode ser uma referência visual e estética para as diversas concepções de imagens de salas de cinema, que foram reproduzidas em notícias sobre os projetos arquitetônicos das salas e em anúncios publicitários de uma variedade de artigos (desde as próprias poltronas, projetor, tela, lustres, cortinas, refrigeração etc.), a partir de publicações nacionais. As diferentes conformações de ângulos, enquadramentos e ênfases nos provoca uma reflexão acerca das continuidades expressas nas ilustrações sobre a atividade exibidora.

A POLTRONA: CULTURA MATERIAL, DISPOSITIVO E MEDIAÇÃO

Mas porque analisar poltronas de salas de cinema em uma perspectiva histórica é importante? O que esse artefato tem a nos dizer sobre sua própria trajetória e dos fenômenos correlatos? Não encontrei pesquisas ou artigos que tratem especificamente da poltrona de cinema², diferente de outros objetos que

² Por outro lado, é comum que empresas fabricantes de poltronas para cinemas, teatros e auditórios alimentem sites, blogs e perfis de redes sociais com pequenas histórias sobre o mobiliário, tanto no Brasil como fora. Um exemplo é a fábrica Valencia, de poltronas para espaços públicos e residências, localizada em Dallas, nos Estados Unidos, que contratou um *youtuber* chamado John Owens, proprietário de um canal com 116 mil inscritos, o *Frame Voyager* (a descrição do canal diz

possuem análises em variadas abordagens, como a cadeira de macarrão³, mobiliário do quarto⁴ ou até mesmo a rede de descanso.⁵

Colocado de outra forma, questiono: como se lê uma poltrona de cinema? O que esse objeto comunica? A partir das provocações de Igor Kopytoff em *A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo*, busco realizar uma breve biografia desse item presente na atividade cinematográfica. Kopytoff fala em uma “carreira social” do objeto, e como é representativa ou não de certo sucesso. Para o autor

ao fazer a biografia de uma coisa, far-se-iam perguntas similares às que se fazem às pessoas: quais são, sociologicamente, as possibilidades biográficas inerentes a esse ‘status’, e à época e à cultura, e como se concretizam essas possibilidades? De onde vem a coisa, e quem a fabricou? Qual foi a sua carreira até aqui, e qual é a carreira que as pessoas consideram ideal para esse tipo de coisa? Quais são as ‘idades’ ou as fases da ‘vida’ reconhecidas de uma coisa, e quais são os mercados culturais para elas? Como mudam os usos da coisa conforme ela fica mais velha, e o que lhe acontece quando a sua utilidade chega ao fim? (KOPYTOFF, 2008, p. 92).

Parte da biografia da poltrona de cinema está atrelada a alguns elementos incomuns a outros tipos de móveis. O primeiro deles diz respeito a característica principal de um móvel: a capacidade de ser movido, pois parto da suposição que a poltrona de uma sala de cinema, historicamente, teve seu desenvolvimento como um móvel que é imóvel,⁶ durante o contexto de fixação das salas.

Leo Charney e Vanessa Schwartz na introdução do livro *O cinema e a invenção da vida moderna* comentam as formas de atenção moderna, atreladas às imagens em movimento. Tal noção, para os autores, teve a gênese com a estrada de ferro: “uma pessoa em uma poltrona observa vistas em movimento através de um

a intenção é produzir “minidocumentários e ensaios em vídeo que celebram a arte do cinema”), para roteirizar e gravar uma história das poltronas (OWENS, 2023).

³ A pesquisadora Silva Karla de Oliveira Saraiva elaborou uma análise semiótica da cadeira de macarrão (ou cadeira espaguete), a partir do conceito de design marginal (SARAIVA, 2016).

⁴ A partir da obra de Michelle Perrot, *História dos Quartos*. Apesar do objeto ser o cômodo, que serve a diversos usos, a historiadora faz inúmeras análises acerca dos móveis que atravessam tal espaço, e seus ritos e experiências, recortes de classe, de faixa etária e de gênero (PERROT, 2011).

⁵ A partir de uma investigação da área da Geografia, José Luís Lopes Araújo fez um levantamento sobre a produção artesanal de redes de dormir no Nordeste (ARAÚJO, 1996).

⁶ Agradeço a Prof^ª. Dr^ª. Rosane Kaminski pela contribuição dessa reflexão.

quadro que não muda de posição” (CHARNEY; SCHWARTZ, 2004, p. 23). Flávia Cesarino Costa aponta que, nas primeiras exibições,

o cinema apareceu misturado a outras formas de diversão populares, como feiras de atrações, circo, espetáculos de magia e de aberrações, ou integrado aos círculos científicos, como uma das várias invenções que a virada do século apresentou. As primeiras imagens fotográficas em movimento surgiram, assim, num contexto totalmente diferente das **salas escuras, limpas e comportadas** que os cinemas se transformariam depois (COSTA, 2005, p. 17, grifos nossos).

Nesse contexto em que as exibições faziam parte de uma programação vasta e os filmes eram curtos (de minutos ou segundos), o público ficava em pé, sentado em arquibancadas ou em cadeiras avulsas, enfileiradas ou não, e poderiam ser do mesmo modelo, semelhantes ou de modelos diversos, revelando diferentes níveis de organização.

A autora aponta que o movimento para a fixação foi uma conformação ao “padrão ambiental de consumo de filmes” que atendia aos anseios morais e de gosto burgueses, no intuito de domesticar a atividade e afastar o público de operários, trabalhadores e segmentos populares das salas exibidoras (COSTA, 2005, p. 66-67).

Por outro lado, também havia a preocupação de governos, órgãos de fiscalização e da opinião pública em relação à segurança e higiene das salas, visto o potencial inflamável dos materiais da atividade cinematográfica⁷ e a possibilidade de propagação de doenças.

José Inácio de Melo Souza na obra *Salas de Cinema e História Urbana em São Paulo (1895-1930): o cinema dos engenheiros*, analisa diversos casos da atuação do corpo de engenheiros da Diretoria de Obras e Viação da Prefeitura Municipal de São Paulo, muitos deles envolvendo cadeiras e poltronas para a atividade.

Na capital paulista essa questão, ainda que discutida desde 1915, foi consolidada pela Lei nº 3427, de 1929, conhecida como Código de Obras Arthur

⁷ As tragédias que envolviam a exibição cinematográfica eram conhecidas e divulgadas, e circulavam na imprensa escrita. Um dos casos mais populares foi o incêndio do Bazar da Caridade, em Paris, no ano de 1897 (SOUZA, 2016, p. 79; SOUZA, 2018, p. 39; ROSENFELD, 2019, p. 67).

Saboya. No item IV, art. 384, parágrafo 2º, lê-se que “as cadeiras ou poltronas serão sempre fixas e de braços” (SÃO PAULO, 1929), para garantir que em situações de pânico, como incêndios ou brigas, as cadeiras soltas avulsas não impedissem a passagem para as saídas de emergência, além do conforto individual a partir da instalação dos braços.

A partir de um número fixo de poltronas também se deriva outras possibilidades de uso, que, além de compreender a esfera do conforto, fator de distinção e que incidia nos preços dos ingressos, também balizava a organização do espaço, como a limitação da sala e controle do público, e a avaliação da programação a partir de quantificações mais precisas em relação a aceitação de determinados filmes.

Outra característica comum aos móveis, que a poltrona de cinema rompe em partes, é seu potencial visual⁸. A pesquisadora Marlene Suano, em um curto texto de 1992, intitulado *Alfaias, apetrechos, tarecos, trecos: os móveis*, faz uma análise a partir da cultura material do mobiliário presente no acervo do Museu Paulista, utilizado nas residências do período colonial até início do século XX no Brasil.

A função utilitária do objeto no espaço doméstico é inseparável da compreensão que as pessoas têm desses mesmos espaços, de sua sociedade, do meio ambiente e do objeto ele próprio. Há também a questão da fruição: **os móveis não existem apenas para conter e suportar, mas, ainda, para serem vistos** (SUANO, 2000, p. 16).

Concordo com a historiadora Marlene Suano, uma vez que há uma profusão de gostos acerca do mobiliário, pois ele circula também como objeto de desejo, por conta de um conjunto de elementos, como os materiais envolvidos na produção (que são avaliados para além da durabilidade, mas também por características de nobreza); a origem do projeto; a presença de ornamentos; além de ser um objeto de distinção social, e em alguns casos, até mesmo de gênero.

No entanto, a poltrona de cinema é instalada em um espaço público, diverso do espaço doméstico analisado por Suano, e em um local em que as pessoas transitam por apenas algumas horas, e a maior parte do seu uso é durante a

⁸ Para essa questão agradeço ao Prof. Dr. Fernando Atique pelos apontamentos.

penumbra, de modo que a atenção está dirigida para a tela. Mesmo assim, como analisado ao longo dos capítulos da tese, a poltrona de cinema era produzida levando em conta estilos, uso de diversos materiais, presença de ornamentos, customização e um grande apelo publicitário com ênfase em beleza, e não apenas no conforto ou questões técnicas acerca da visibilidade.

É certo que, até o surgimento dos contemporâneos aparatos de iluminação presentes nas salas de cinema, como as indicações em led nos corredores e degraus, a claridade das salas, necessária para a recepção do público e sua saída, era garantida a partir de grandes lustres e arandelas, como é possível observar, inclusive, nas cenas do filme *Um homem com uma câmera*. Durante as décadas de 1940, 1950 e 1960 não foi diferente.⁹

Ainda assim, seu uso era realizado na maior parte durante a sala escura. Porque esse investimento se é um móvel pouco visto? Essa é uma questão que certamente abriga ambiguidades e contradições. A partir da leitura da cultura material, o antropólogo Daniel Miller discute o objeto a partir de uma abordagem de que as coisas estão em uma permanente relação com pessoas. Ou seja, não se trata de uma subordinação, mas de uma constante e efetiva – e às vezes contraditória -, interlocução. Assim, o autor chega a uma teoria dos objetos e da cultura material compreendendo as coisas como uma “moldura” (MILLER, 2013).

Objetos materiais são um cenário. Eles nos conscientizam do que é apropriado e inapropriado. [...] Mas funcionam de modo mais efetivo quando não olhamos para eles, quando apenas os aceitamos. Iniciar uma discussão sobre a moldura de um quadro, e não sobre o quadro, as convenções do teatro em vez da peça, [...], o papel de parede num quarto em vez da conversa aconchegante que podemos ter no quarto, tudo isso seria muito embaraçoso; algo que não se deve mencionar foi alçado a primeiro plano. [...] A conclusão surpreendente é que os objetos são importantes não porque sejam evidentes e fisicamente restrinjam ou habilitem, mas justo o contrário. Muitas vezes é precisamente porque nós não **os** vemos. Quanto menos tivermos consciência deles, mais conseguem determinar nossas expectativas, estabelecendo o cenário e assegurando o comportamento apropriado sem se submeter a questionamentos (MILLER, 2013, p. 78, grifo do autor).

⁹ Destaco a contribuição da Prof^a. M^a. Simone Landal para essa questão.

Os móveis, assim, ainda que tenham como atributo serem admirados, segundo Marlene Suano, eles também são essa “moldura” para outras atividades sociais: a descrição do objeto, da coisa, contribui ou garante o sucesso de comportamentos, eventos, situações. No caso da poltrona de cinema, sua invisibilidade também é derivada de uma questão prática, pois a iluminação das salas é baixa ou inexistente, e a organização do espaço e dos corpos não permite uma contemplação constante.

As poltronas, mesmo que não sejam vistas na maior parte do tempo, sabe-se que possuem características estéticas e formais definidas e coerentes com a atividade cinematográfica, derivadas não apenas do seu uso, mas também de suas representações na publicidade. Miller conclui sua interpretação teórica abordando que as coisas

[...] são invisíveis e não mencionadas, condição que em geral alcançam por serem familiares e tidas como dadas. Tal perspectiva parece ser descrita da maneira apropriada como **cultura material**, pois implica que grande parte do que nos torna o que somos existe não por meio da nossa consciência ou do nosso corpo, mas como um ambiente exterior que nos habitua e incita (MILLER, 2013, p. 79, grifo do autor).

De fato, um espectador não adentra uma sala de cinema para consumir uma poltrona: sua prioridade é o filme.¹⁰ Não há uma consciência, pelo menos anunciada, sobre a poltrona, ainda que esse objeto organize o corpo do espectador para a experiência (ou nos casos em que as poltronas estão desajustadas, quebradas ou são desconfortáveis, pois assim serão notadas).

Abordagem semelhante foi enunciada por Allen e Gomery ao tratarem da perspectiva tecnológica da história do cinema, e que está, em sua maior parte, relacionada com a dimensão material dos objetos que organizam a sala.

¹⁰ Durante a escrita do projeto, em 2020, e o início da pesquisa, em 2021, não era possível visitar salas de cinema, por conta da transmissão do vírus da COVID-19. No entanto, a partir de 2022, comecei a realizar idas intencionais a salas, justamente para realizar a experiência da ida ao cinema e das poltronas.

O cinema depende das máquinas. Não obstante, nos esquecemos das bases tecnológicas fundamentais do cinema quando estamos sentados em uma sala no escuro, imersos na história que se desenvolve sem esforço aparente ante nossos olhos. Só quando algo falha – se funde a bobina do projetor, a imagem se desfoca, o volume está muito alto ou muito baixo – passa a um primeiro plano a complexidade tecnológica do cinema (ALLEN; GOMERY, 1995, p. 147, tradução nossa).

Em outro sentido, a poltrona para cinema também pode ser lida como um dispositivo, a partir da interpretação de Jacques Aumont. Para o autor, o conjunto de “fatores que regulam a relação do espectador com a imagem” compõe o que é chamado de dispositivo (AUMONT, 2002, p. 15).

Tais relações dizem respeito a “soluções concretas à gestão desse contato antinatural entre o espaço do espectador e o espaço da imagem” e também a regulação da “distância psíquica entre um sujeito espectador e uma imagem organizada pelo jogo de valores plásticos” (AUMONT, 2002, p. 136).

A aproximação possível com a interpretação de Daniel Miller aqui é que Aumont também analisa a questão da moldura. Para ele a imagem possui um limite, uma borda, do qual ele chama de “moldura-limite”, e um emolduramento de fato, que ele classifica como “moldura-objeto” (AUMONT, 2002, p. 146).

No entanto, para Aumont a moldura não é um objeto “não mencionado”: ele faz parte da imagem e cumpre funções, como uma função simbólica, ou um “indicador”, que orienta o espectador da imagem que esta deve ser vista e lida a partir de certos padrões; e as funções retóricas, que são as manifestações “quase” autônomas das molduras em relação a imagem (AUMONT, 2002, p. 147).

O autor não aborda diretamente os móveis. No entanto, entendo que a poltrona para cinema pode ser caracterizada como um dispositivo, pois age na relação do espectador com o que se passa na tela: seja pela demarcação da distância, de altura da visão em relação a tela e os demais espectadores, pela organização visual ou até mesmo por seu atributo estético, uma vez que compõe a experiência da espectadorialidade.

Desse modo, uma poltrona, como parte de um contexto social e cultural, não é um elemento neutro na experiência cinematográfica. Sendo fruto de uma construção material e cultural, ela participa do processo de mediação da recepção do filme e da apreensão do móvel em si.

A exibição de um filme em uma sala de cinema equipada com uma diversidade de elementos configura um ambiente cuidadosamente planejado para essa atividade, e certamente resultará em uma recepção distinta daquela de uma exibição em outros contextos, como no espaço doméstico, em um cineclube ou em uma sala de aula.

Nesse sentido, a poltrona não é apenas um objeto funcional, mas um elemento mediador, que, em conjunto com outros fatores sociais e culturais, se relaciona com o público e como este experimenta a ida ao cinema (MARTÍN-BARBERO, 1997).

O mobiliário faz parte da construção sociocultural do espaço cinematográfico, contribuindo para uma recepção mais específica e preparada. Afinal, o cinema enquanto ambiente de exibição não se define apenas pela presença da tela e do projetor, mas também pelos elementos que estruturam sua materialidade e experiência – e entre eles, as poltronas ocupam um papel central.

Tais problemas foram levantados no percurso de pesquisa sobre a fábrica Móveis CIMO S.A.,¹¹ uma reconhecida fornecedora de mobiliário para salas de cinema no Brasil.

Ao analisar o mobiliário da fábrica de Móveis CIMO S.A., interrelaciono minha pesquisa na imbricação de três temas: a História e o Design; a História e a Imprensa e a História da Exibição Cinematográfica. Tal vínculo é indireto, inédito e é mediado pelo móvel, mais especificamente, pela poltrona de cinema.

OS PERCURSOS DA PESQUISA

Desde os meus estudos na graduação em História, na Universidade de São Paulo (USP), havia um interesse no aprofundamento de temas que circundavam o universo empresarial: a formação do gosto, perfis e ritos de consumo, a criação de discursos e imagens na publicidade, agentes envolvidos na cadeia de produção e

¹¹ A Móveis CIMO S.A. foi uma empresa com mais de 70 anos de funcionamento, e teve, ao longo desse período, diferentes nomes e organizações. Segue a lista de nomes: Jung & Cia. (1913-1919); A. Ehrel & Cia. (1919-1924); N. Jacob & Cia. (1924-1925), Jorge Zipperer & Cia. - Indústrias Reunidas de Madeiras (1925-1939); Cia. M. Zipperer - Móveis Rio Negrinho (1939-1944); Cia. Industrial de Móveis - Móveis Cimo S.A. (1944-1954); e Móveis CIMO S.A. (1954-1982). A fábrica decretou falência em 1982 (SANTI, 2013 p. 212). No entanto, convencionou-se na academia a adoção do nome Móveis CIMO S.A. para se referir a empresa como um todo, e assim será adotado aqui.

comercialização, as relações com o espaço doméstico, processos de fruição dos artefatos etc.

O meu primeiro objeto de pesquisa foi a loja de departamentos *Mappin Stores*, inaugurada em 1913, em São Paulo. Nessa experiência iniciei investigações a partir da História e a Imprensa, pois tive o contato com aproximadamente 4000 anúncios publicitários da loja, veiculados em diferentes jornais e revistas da cidade de São Paulo entre 1913 e 1930,¹² e sobre os diversos departamentos (mobiliário, vestuário, decoração, brinquedos etc.).

A aproximação com metodologias para a leitura das fontes publicitárias, assim como análises sobre o espaço urbano (público) e o espaço doméstico (privado) e suas interrelações, História e Publicidade, História e Design e História e Moda foram presentes nos momentos iniciais de formação.¹³ Ainda que a loja *Mappin Stores* comercializasse peças de mobiliário, nesse recorte temporal específico ainda não era um setor significativo, tendo sido popularizado apenas da década de 1950.

Na trajetória da pós-graduação defendi a dissertação de mestrado *Forma, função, produção: a publicidade da Unilabor e um projeto de Modernidade*, no Programa de Pós-graduação em História da Universidade Federal de São Paulo (PPGHIS/UNIFESP). Nesse contexto, o mobiliário teve um protagonismo mais evidente.

A fábrica de móveis Unilabor foi uma experiência que funcionou em São Paulo entre 1954 e 1967. Nota-se que foi utilizada a palavra experiência (e não empresa), pois era esse o termo utilizado por seus idealizadores, que se explica a partir de prerrogativas atípicas para o período, pois a fábrica tinha como base de trabalho o comunitarismo e a autogestão operária, elementos orientados pelas ideias do movimento francês Economia e Humanismo¹⁴ e realizado, no Brasil, pelo frade dominicano João Baptista Pereira dos Santos (1913-1985).

¹² O conjunto completo do material publicitário da Mappin Stores ultrapassa 60.000 itens (além de catálogos, fotografias e fitas VHS), compreendendo o período de 1913 a 1999 (ano da falência da empresa). Em 2008 esse acervo foi transferido para o Museu Paulista (CARVALHO, 2011, p. 459).

¹³ Parte dessa experiência teve início em 2010, a partir de uma bolsa do Programa de Cultura e Extensão da Universidade de São Paulo, sob coordenação da Prof^ª Dr^ª. Vânia Carneiro de Carvalho. Um grupo de pesquisa foi formado para analisar diferentes categorias dos anúncios, como gênero, trabalho e lazer (LOBATO; SILVA; SANTOS e SANTOS, 2016).

¹⁴ O Movimento Economia e Humanismo foi fundado na França, em 1941, por Louis-Joseph Lebrét (1897-1966), também frade dominicano. Com intenções para colaborar na reconstrução de cidades

O projeto do mobiliário produzido foi elaborado pelo artista Geraldo de Barros (1923-1998), que naquele período elaborava uma série de técnicas a partir do concretismo paulista e experimentações nas artes (relações com a fotografia, design gráfico e publicidade). Ou seja, a Unilabor funcionou alicerçada em uma relação peculiar entre uma proposta inovadora de organização do trabalho, um projeto religioso e concepções e experiências da arte moderna.

Nesse sentido, o principal questionamento da pesquisa era como essa fábrica ofertava seus produtos (o mobiliário) no mercado, uma vez que o Movimento Economia e Humanismo e as reflexões derivadas de uma economia humana eram críticas em relação às técnicas de publicidade e propaganda, pois

o capitalismo, é verdade, excita as fantasias e os caprichos do consumidor, criando falsas necessidades, bens que não são autênticos bens, apenas iscas mercadológicas. Mas só bens verdadeiros e as suas respectivas necessidades devem fazer parte de um programa de Economia Humana (BOSI, 2012, p. 256-257).

Os diálogos estabelecidos com leituras do campo da publicidade, da semiologia, da História do móvel e do Design e da Arquitetura integraram o repertório de análise.¹⁵

Após a conclusão do mestrado, conheci a Móveis CIMO S.A.¹⁶ e me aproximei de algumas pesquisas acerca de sua história. Sua capacidade fabril, sua extensão, diversificação e longevidade me chamaram a atenção no contexto da produção de móveis no século XX – além de um dos seus principais produtos, as poltronas para cinema, e a relação com a atividade exibidora.

da Europa durante a 2ª Guerra Mundial, seus membros, acadêmicos e lideranças comunitárias, refletiam e articulavam resoluções de problemas de urbanização, mobilidade e desenvolvimento econômico a partir de uma abordagem da terceira via, crítica ao capitalismo liberal e ao comunismo. O Movimento Economia e Humanismo foi atuante até 2007 e teve, no Brasil, relevante papel em pesquisas de sobre urbanismo (BOSI, 2012).

¹⁵ A pesquisa, orientada pelo Prof. Dr. Fernando Atique, foi iniciada em 2016 e concluída em 2019 (SILVA, 2019; SILVA; ATIQUÉ, 2021).

¹⁶ No dia 3 de março de 2020, meu orientador do mestrado, Prof. Dr. Fernando Atique, me enviou uma mensagem após participar do seminário promovido pelo Itaú Cultural, Móvel, Casa e Cidade: Arquitetura e Modernização, evento que debatia a obra de Rino Levi. Ele participou da mesa Arte e Técnica na Arquitetura e no Design Modernos, com a pesquisadora Ethel Leon. Lá discutiram a carência de obras sobre fábricas de móveis populares, inclusive a Móveis CIMO S.A. Foi a partir dessa mensagem que surgiu o interesse pela pesquisa.

Assim, mesmo mantendo o foco de um percurso de pesquisa em que o objeto seja o mobiliário, ele não é tratado alheio a outras relações, ao contrário: me interessa o móvel em suas diversas dimensões. Essa foi uma das motivações para a escrita do projeto apresentado ao Programa de Pós-graduação em História da Universidade Federal do Paraná (PPGHIS/UFPR).

A MÓVEIS CIMO S.A. NA HISTORIOGRAFIA

Um dos primeiros desafios desta pesquisa tornou-se perceptível a partir dos textos, trabalhos e investigações acerca da empresa: apesar de sua relevância, por certo tempo a Móveis CIMO foi desconsiderada em diversas análises sobre História do Design e História do móvel brasileiro.

Esse impacto durante a escrita do projeto movimentou reflexões a partir de um problema: porque a Móveis CIMO S.A. esteve a margem nas pesquisas acadêmicas no campo do design, quando comparada com outras empresas e iniciativas? Tal questão é importante para situar a Móveis CIMO S.A. na historiografia e compreender como encaminho a tese.

Segundo a pesquisadora Yasmin Fabris, “o objeto de investigação da história do design é difuso e difícil de ser circunscrito”, pois habita em “múltiplas fronteiras” (FABRIS, 2023, p. 158). Tais fronteiras situam não apenas definições, mas também disputas, sejam conceituais ou de disciplinas.

De fato, o conceito de design é amplo e diverso, pois passou (e passa) por diversos momentos, ora de afirmação como profissão, ora de afastamento em relação a outras atividades etc. Para Rafael Cardoso o design

é fruto de três grandes processos históricos que ocorreram de modo interligado e concomitante, em escala mundial, entre os séculos 19 e 20. O primeiro destes é a **industrialização: a reorganização da fabricação e distribuição de bens para abranger um leque cada vez maior e mais diversificado de produtos e consumidores**. O segundo é a **urbanização moderna: a ampliação e adequação das concentrações de população em grandes metrópoles**, acima de um milhão de habitantes. O terceiro pode ser chamado de **globalização: a integração de redes de comércio, transportes e comunicação, assim como dos sistemas financeiros e jurídico que regulam o funcionamento das mesmas**. Todos os três processos passam pelo desafio de organizar um grande número de elementos díspares – pessoas, veículos, máquinas, moradias, lojas, fábricas, malhas viárias, estados, legislações, códigos e tratados – em relações harmoniosas e dinâmicas. Conjuntamente, esse grande meta-processo histórico pode ser entendido como um movimento para integrar tudo com tudo. Na concepção mais ampla do termo ‘design’, as várias ramificações do campo surgiram para preencher os intervalos e separações entre as partes, suprimindo lacunas com projeto e interstícios com interfaces (CARDOSO, 2016, p. 22-23, grifos nossos).

Nessa concepção (que inclusive retoma elementos do filme *Um homem com uma câmera*, acima descrito) é possível compreender a Móveis CIMO S.A. nos três processos citados por Cardoso: a criação da fábrica entre as décadas de 1910 e 1920, no contexto da industrialização brasileira¹⁷, priorizando um produto para suprir um equipamento essencialmente urbano - as salas de cinema -, e que teve grande parte de seu sucesso atrelado ao transporte – ferroviário, portuário e rodoviário, e por redes de comércio – representantes comerciais, e o papel da comunicação, como os anúncios na imprensa.

Também articulo reflexões do pesquisador italiano Renato De Fusco. Para o autor, o design e sua análise histórica estão relacionados a quatro eventos que configuram seu “artifício historiográfico”: projeto, produção, venda e consumo (DE FUSCO, 2019, p. 15).

Ainda que o próprio autor reconheça o perfil esquemático da proposta e as lacunas que decorrem daí, optando por apresentar o design e seu processo histórico como “uma atividade prevalentemente prática, realista, ligada às ‘forças das coisas’”

¹⁷ O pesquisador Julio Lucchesi Moraes, ao investigar a relação dos setores culturais e o contexto econômico no início do século XIX no Rio de Janeiro e São Paulo, afirma que foi durante a Primeira República que houve a ascensão e consolidação de um empresariado cultural, preocupado não apenas com a agenciamento direto do setor cultural e artístico, mas como fornecedor de uma diversidade de produtos, equipamentos e insumos (MORAES, 2020, p. 22). Em um sentido menos específico, Francisco Vidal Luna e Herbert S. Klein pontuam que no período que corresponde com a Primeira República até 1913, “houve uma expansão acelerada de investimentos industriais”, declinando após o início da I Guerra Mundial. Os autores também levantam esses dados a partir de relatórios de importação de máquinas, por exemplo (LUNA; KLEIN, 2016, p. 65).

(DE FUSCO, 2019, p. 16), o exercício de identificação e aprofundamento desses quatro elementos possibilitam explicações e compreensões de uma ideia de design que não se ancora na supervalorização dos indivíduos (em relação a perspectiva da figura do gênio, da autoria, da assinatura), nem, tampouco, de uma análise centrada no objeto.

Assim, reconhecer esses quatro eventos também colabora para uma abordagem do design como processo histórico e coletivo de diversas atividades, analisadas de modo específico mas relacionadas umas às outras.

Para Adrian Forty, a análise do design está associada com o fator econômico e produtivo da atividade. Para o autor, a dualidade arte/design não colabora para uma leitura adequada de bens manufaturados, dos processos e dos profissionais envolvidos – sendo, inclusive, taxado como confusão.

Nas sociedades capitalistas, o principal objetivo da produção de artefatos, um processo do qual o design faz parte, é dar lucro para o fabricante. Qualquer que seja o grau de imaginação artística esbanjado no design de objetos, ele não é feito para dar expressão à criatividade e à imaginação de designer, mas para tornar os produtos vendáveis e lucrativos. **Chamar o design industrial de ‘arte’ sugere que os designers desempenham o principal papel na produção, uma concepção errônea, que corta efetivamente a maioria das conexões entre design e os processos da sociedade** (FORTY, 2013, p. 13, grifo nosso).

Tais discussões, me parece, tivera seu desenvolvimento na academia a partir da década de 1980, mas foi após os anos 2000 que se ampliaram no Brasil: ainda que a obra de De Fusco, *História do Design*, seja de 1985, apenas em 2019 ela foi traduzida para o português, e de Adrian Forty, *Objetos de Desejo: design e sociedade desde 1750*, foi publicada em 1986 e lançada no Brasil em 2007. Rafael Cardoso lançou *Uma Introdução à História do Design* em 2008. Foi também nesse período, no início dos anos 2000, que foi realizado o primeiro estudo sistematizado sobre a Móveis CIMO S.A., de Maria Angélica Santi, sobre o qual tratarei adiante.

Uma das causas para a lacuna da Móveis CIMO S.A. na historiografia do design no Brasil decorre justamente de um processo em que a concepção da aproximação entre História e Design esteve centrada nos indivíduos, nas obras

assinadas, no produto de destaque,¹⁸ abordagem desenvolvida e difundida, em grande medida, a partir da interpretação de Nikolaus Pevsner, e que foi perpetuada na formação de gerações de pesquisadores do tema.¹⁹

Em livros, pesquisas, coletâneas e catálogos de exposições sobre a História do móvel brasileiro, a Móveis CIMO S.A. foi ausente ou esteve atrelada a uma fase dita “pioneira”, em contextualizações panorâmicas ou textos generalizantes.²⁰

No livro *O Móvel da Casa Brasileira*, organizado pelo Museu da Casa Brasileira e publicado em 1997, com textos de Glória Bayeux, havia a intenção de dispor cronologicamente o mobiliário comercializado e utilizado no Brasil (seja na esfera privada ou pública), além de apresentar o acervo da instituição.

Na publicação, a Móveis CIMO S.A. está em uma subseção intitulada “Introdução do Móvel Moderno no Brasil”. Como desenvolvido ao longo desta tese, é explícito que a contribuição da Móveis CIMO S.A. foi além da introdução do móvel, ainda que a autora reconheça as dinâmicas da empresa e o seu papel na popularização do mobiliário:

¹⁸ Tal modelo narrativo não foi introduzido por Nikolaus Pevsner, mas fez parte um cânone da História da Arte inaugurado por Plínio e desenvolvido por Giorgio Vasari, a partir da obra *Vidas dos artistas*, publicada em 1550. A pesquisadora Dana Arnold chama a atenção que uma história baseada na vida dos artistas, nos “gênios”, orienta uma História da Arte e o papel do historiador como um “conhecedor”, um perito, um especialista (ARNOLD, 2007, p. 56, tradução nossa).

¹⁹ É evidente o reconhecimento da obra Nikolaus Pevsner como um livro de introdução para o tema. Lançado em 1936, em Londres, com o título *Pioneers of Modern Design*, foi traduzido para o português, em Portugal, com o título *Os pioneiros do desenho moderno: uma história do desenho aplicado e das modernas tendências da arquitetura desde William Morris a Walter Gropius* (o prefácio à edição portuguesa é de 1962). Pevsner publicou diversas re-edições com correções e acréscimos, inclusive com especificidades regionais, como um complemento sobre Antonio Gaudí na edição espanhola, como aponta Isabel Campi. O pesquisador Julio Katinski revela que algumas interpretações de Pevsner “não podem sofrer correções: devem ser radicalmente rejeitadas” (KATINSKI, 2022, p. 85), sobretudo pela limitação da obra ao ignorar diversos agentes e regiões. Isabel Campi qualifica Pevsner como um “cânone problemático”, por ser uma obra considerada fundacional da História do Design, mas que “os poucos objetos exemplares que apareciam no livro não eram industriais nem seriados, mas algumas peças de artes decorativas”, além do seu aspecto moralista, caracterizando o que é autêntico ou falso (CAMPI, 2013, p. 43-44, tradução nossa). Como já destacado, essa obra, sendo uma das primeiras referências para a História do Design e presente na formação de algumas gerações de historiadores, possui diversas lacunas apontadas e superadas por pesquisadores e pesquisadoras, e ainda continua sendo bibliografia básica, por vezes de forma acrítica, em diversos contextos.

²⁰ É também Isabel Campi que problematiza as fontes e referências para a História do Design e elenca alguns problemas que se relacionam com as obras citadas aqui: os livros publicados por museus que divulgam as coleções de design, que, mesmo apresentando dados detalhados de coleções e editoriais que contextualizam objetos, ainda assim apresentam limites, como a discussão do que é ou não considerado design. Há também os catálogos de exposições que possuem um potencial provocador de pesquisas, discussões e interpretações, mas como não possuem reedições após o término da exposição, muitas vezes não são preservados, ou viram peça de antiquário e pouco acessíveis (CAMPI, 2013, p. 25-26).

A CIMO chegou a ser a maior indústria de móveis da América Latina, controlando desde o plantio de árvores até a embalagem do produto. Fabricando peças padronizadas, feitas com madeira maciça vergada,²¹ sobretudo imbuia, conseguiu atingir um amplo mercado, fornecendo seus móveis principalmente para os estabelecimentos públicos e comerciais: teatros, cinemas, escolas, escritórios etc. Embora os modelos fossem importados, os móveis **Cimo contribuíram para disseminar um padrão de mobiliário cuja principal marca era a simplicidade, a funcionalidade e a economia** (BAYEUX, 1997, p. 92, grifo nosso).

O perfil da publicação não busca uma análise de aprofundamento, mas sim de apresentações abrangentes. Ainda que a busca por uma origem parece ser o objetivo, a autora contribuiu para a o estabelecimento de uma lacuna uma vez que a Móveis CIMO S.A. produziu objetos, imagens, técnicas e tecnologia para além desse período inicial na cronologia proposta.

Em outro livro, *Design Brasil: 101 anos de história*, publicado pela *Revista Casa Claudia* em 2010 e organizado por Pedro Ariel Santana, a Móveis CIMO S.A. figura na seção “Os pioneiros”, reproduzindo a ideia de que participou de uma fase heroica de origem.

A seleção dos designers do dito período é composta por Celso Martinez Carrera (1883-1955), Flávio de Carvalho (1899-1973), Gregori Warchavchik (1896-1972), John Graz (1891-1980), Lasar Segall (1889-1957), Lúcio Costa (1902-1998), Móveis CIMO S.A. e Alberto Santos Dumont (1873-1932), tal qual a ordem apresentada pelo livro (SANTANA, 2010, p. 22-23).

Nota-se que dos selecionados pelo organizador para compor essa fase, o único “pioneiro” que se configura como pessoa jurídica é a Móveis CIMO S.A., ainda que na própria publicação havia informações biográficas dos envolvidos, os irmãos Zipperer.

Talvez esse seja um dos problemas relacionados à pouca atenção que a Móveis CIMO S.A. possui na historiografia sobre design e indústria de mobiliário: a ausência de um autor definido e de uma assinatura, seja de um artista, de um arquiteto ou de um projetista.

Como abordado no primeiro capítulo desta tese, a fundação da Móveis CIMO S.A. foi realizada a partir de negociantes que mantinham outras atividades

²¹ É necessário pontuar que, após a década de 1930, a Móveis CIMO S.A. passou a investir produção de móveis com madeira compensada.

econômicas; já seu desenvolvimento foi organizado de modo familiar e o projeto do mobiliário era colocado em prática por alguém considerado um técnico.

Maria Cecília Loschiavo dos Santos realizou uma pesquisa de vulto em *Móvel Moderno no Brasil*, sua dissertação de mestrado defendida em 1985 (e publicada em 1995), sobre a produção moveleira, sistematizando processos e empresas que contribuíram para a indústria.

No entanto, seu texto manifesta algumas contradições, pois com a intenção de se dedicar a uma pesquisa sobre o Brasil, concentrou análises sobre o sudeste (mais especificamente, Rio de Janeiro/RJ e São Paulo). Além disso, enfatizou a figura dos arquitetos como agentes da discussão da modernidade do móvel, desprezando uma série de outros profissionais. Obviamente cada pesquisa baliza seus recortes, mas a autora propõe uma divisão temporal da qual pouco concordo:

Essas experiências modernistas lançaram as bases para a reformulação dos espaços, dos programas arquitetônicos e do próprio móvel. A elas se somaram os esforços empreendidos pela primeira geração de arquitetos, que enfrentou vários desafios para a implantação de uma nova estética arquitetônica, que também incluía o móvel. Apesar da modernização que vinha se processando, acredito, contudo, que a virada ocorre em 1930. De fato, podemos dividir a história do móvel moderno no Brasil em duas fases bastante distintas: antes e depois de 1930. Antes de 1930, seguindo a tradição colonial, o que imperou foi a cópia dos velhos estilos. A cartilha foi eclética; misturaram-se aos luíses e mariais o nosso colonial, o barroco, o inglês e até mesmo o árabe, que aqui chegou de segunda mão, via Portugal. A partir dos anos 1930, com a emergência da arquitetura moderna, com a ressonância e o assentamento das principais ideias e polêmicas levantadas pelo Modernismo no âmbito da literatura e das artes plásticas, do decênio anterior, enfim, com o desejo de modernização geral do país, configurou-se um conjunto de fatores que desempenharam importante papel no processo de modernização da mobília brasileira (SANTOS, 2017, p. 35).

Levando em conta que tal afirmação foi construída a partir da categoria de estilo do móvel, Santos defende seu argumento com base na autoria de um móvel brasileiro. No entanto, a partir de outras categorias, surgem alguns problemas. A discussão acerca da cópia de modelos estrangeiros deve ser lida com cautela. O trânsito de ideias, folhetos, catálogos e profissionais foi abundante no fim do século XIX e início do século XX, e vislumbro tal questão melhor adequada a uma perspectiva da circulação de referências (reformulações, aproximações ou até afastamentos) do que da cópia.

Havia uma série de soluções esperadas na produção de mobiliário a partir de modelos: uso de diferentes madeiras (e, por consequência, adaptação de técnicas construtivas), formação do gosto regional, variação de preços etc. Nesse sentido, e pensando o design amplamente, havia impulsos de modernização, de industrialização e de produção em série desde o final do século XIX e início do século XX, período que a Móveis CIMO S.A. inicia sua produção e comercialização.

A partir desse contexto levantado pela autora, a Móveis CIMO S.A. foi ignorada, uma vez que não cumpria tais princípios da modernização²², até mesmo no aspecto de “pioneirismo”, sendo a fábrica de Móveis Carrera²³ a empresa analisada sob tal perspectiva. No entanto, ao narrar a trajetória de Michel Arnoult (1922-2005) e a empresa Móveis Contemporânea, a autora destaca que o arquiteto buscou ex-operários da Móveis CIMO S.A. para sua própria fábrica na década de 1950, uma vez que eram experientes em móveis seriados (SANTOS, 2017, p. 189; LEON, 2016, p. 36). Não defendo que a Móveis CIMO S.A. tenha que fazer parte do rol de mobiliário moderno, mas sim que notadamente foi uma indústria excepcional no ramo de móveis.

Essa questão foi explorada, de modo semelhante a Loschiavo, por Maria Cecília França Lourenço, em *Operários da Modernidade*, publicado também em 1995. No livro, a pesquisadora faz um levantamento sobre eventos, manifestações e relações da modernidade²⁴ nas artes, sobretudo no período em que houve, segundo ela, um vazio de análises, entre a Semana de Arte Moderna de 1922 e as Bienais de São Paulo.

Nesse sentido, a autora analisa a criação do Museu de Arte de São Paulo e do Museu de Arte Moderna, trajetórias de artistas na cenografia, o Ballet do IV Centenário (que será retomado no capítulo 4) e a produção seriada de móveis em grande escala.

²² Maria Cecília Loschiavo dos Santos compreende que a modernização no Brasil esteve relacionada diretamente com a Semana de Arte Moderna de 1922, uma vez que se desenvolviam alguns princípios, como a “experimentação, o que levou muitos artistas a se manifestarem através de diferentes meios de expressão, libertando-se da cristalização das formas acadêmicas” (SANTOS, 2017, p. 33).

²³ De fato, sua produção é notável desde a primeira década do século XX no Brasil, sendo que a Cama Patente é uma de suas maiores contribuições. A obra de Carrera foi analisada mais a fundo por Maria Cecília Loschiavo em sua tese de doutorado, defendida em 1993 e publicada recentemente com o título *Tradição e modernidade no móvel brasileiro* (SANTOS, 2024).

²⁴ Para Lourenço, a modernidade diz respeito a uma etapa de maturação do modernismo, em que o princípio é “tornar-se uma cultura urbana, chegando ao transeunte através de uma convivência cotidiana” (LOURENÇO, 1995, p. 17).

O desenho de móveis, inspirado nas premissas bauhausianas, vinha há muito sendo embalado, **mas sem condições de atingir a necessária seriação, pela incapacidade da indústria em viabilizar projetos.** O mobiliário deseja ser peça única com uma aura de raro, o que representa uma subversão ante os reclamos democratizantes defendidos pela arte moderna. [...] Irrelevante é inquirir se chegou ou não a ser concretizado, na medida em que o fator distintivo é o conceito de projeto proposto, pois prevê-se um desdobramento em linha industrial (LOURENÇO, 1995, p. 198, grifo nosso).

É necessário fazer uma crítica para a questão da busca de uma origem do móvel brasileiro relacionada com uma matriz essencialmente alemã (seja a partir da Bauhaus, Escola de Ulm ou a Deustcher Werkbund). Lourenço evidencia tal alinhamento na passagem supracitada. No entanto, há outras instituições significativas para a história do móvel brasileiro, como é o caso do Liceu de Artes e Ofícios.²⁵

Em São Paulo foi notável a participação da instituição na formação profissional de diversos marceneiros e outros artífices, que a partir de estilos produziram grande vulto de mobiliário residencial e institucional (BELUZZO, 1988; CARVALHO, 2019).

A partir da reforma empregada por Francisco de Paula Ramos de Azevedo (1851-1928), o Liceu de Artes e Ofícios de São Paulo (LAOSP) criou um perfil capitalista, em que além do ensino em relação à manufatura, também aplicava noções de gestão de uma empresa (além do fato de o próprio Ramos de Azevedo utilizar os conhecimentos dos mestres e seus aprendizes, e os espaços e as oficinas do Liceu para suprir a demanda de mobiliário e elementos decorativos para suas encomendas de construção).

É evidente a contribuição da instituição no ensino, na industrialização, na exploração de técnicas e materiais, no estímulo de uma gestão capitalista. Diversos autores que terão diálogo ao longo da tese dedicam análises (com abordagens mais ou menos semelhantes) acerca do Liceu de Artes e Ofícios de São Paulo (Julio Lucchesi Moraes, José Carlos Durand, Vânia Carneiro de Carvalho, inclusive, no

²⁵ O primeiro Liceu de Artes e Ofícios foi aberto no Rio de Janeiro, em 1858, seguido de Salvador em 1872, São Paulo em 1873, Recife em 1880 e Florianópolis em 1883.

contexto carioca, Rui Barbosa – que pronuncia um discurso sobre o desenho e a arte industrial – e que também terá um destaque por conta do cinema).

Lourenço ainda ratifica seu argumento a partir de uma observação feita por Lina Bo Bardi (1914-1992) em 1948, sobre o momento da sua chegada no Brasil em 1946 e o contexto da produção de móveis, em que a arquiteta italiana afirma que “nessa época [década de 1940] não tinha nada. Apenas um artesanato e alguns decoradores” (BARDI, 1948, p. 6 *apud* LOURENÇO, 1995, p. 201).²⁶

Maria Cecília França Lourenço enfatiza as realizações de um móvel moderno e de produção seriada a partir dos papéis de arquitetos e artistas²⁷. Interessa aqui o fato de Lourenço dedicar alguns parágrafos sobre a construção de salas de cinemas, no processo de um “viver moderno”:

Entre os ingredientes responsáveis da arte moderna, desde os primórdios de 1930, estão as edificações. Notadamente aquelas em que são valorizadas as facetas da vida moderna, seja relativa à habitação, **ao divertimento, como o cinema** e o rádio, quanto aos locais de trabalho (LOURENÇO, 1995, p. 168, grifo nosso).

Possuem papéis significativos nesse contexto agentes do campo da arquitetura, como Rino Levi, responsável por alguns projetos (que aprofundarei no capítulo 3) com encomendas de mobiliário para a Móveis CIMO S.A., e a imprensa, da qual Lourenço destaca

²⁶ A partir de anotações de viagens ao nordeste brasileiro feitas na década de 1960 e sistematizadas na década de 1980 (publicadas apenas em 1994 no livro *Tempos de Grossura: o design do impasse*), Lina Bo Bardi afirma que “o artesanato como corpo social nunca existiu no Brasil, o que existiu foi uma imigração rala de artesãos ibéricos ou italianos e, no século XIX, manufaturas. O que existe é um pré-artesanato doméstico esparsa, artesanato nunca (BARDI, 1994, p. 12). Nota-se que na década de 1940 Bardi refletia o artesanato enquanto produto, o que posteriormente entenderá como “corpo social”, de produção coletiva.

²⁷ É evidente as diversas contribuições desses profissionais no desenvolvimento do design, pois como pontua Rafael Cardoso acerca da indústria de mobiliário, “diversos arquitetos e designers ligados à primeira fase do movimento modernista se notabilizaram na execução de projetos de cadeiras e outros móveis” (CARDOSO, 2016, p. 128). Aqui busco, no entanto, deslocar o olhar para outros profissionais e outras áreas que também colaboraram com as etapas de projeto, produção e comercialização de produtos, especificamente o caso da Móveis CIMO S.A. na história do móvel brasileiro.

Acrópole, ou *Arquitetura e Urbanismo*, do Rio, *Record* e *Polytechnica*, [que] durante toda a década de 30 documentam a verticalização, saudando cada novo cinema ou edifício. [...] Nos anos de 1938 e 1939 são inúmeras as matérias a anunciar recentes inaugurações [de salas de cinema]. Quando da notícia sobre o Metro São Paulo, em 1938, fala-se no aparecimento da Cinelândia paulistana, em torno da Avenida São João. Reitera-se a competitividade São Paulo x Rio, pois esta já instalara a sua (LOURENÇO, 1995, p. 168-171).

Tal afirmação foi acompanhada de uma nota de rodapé sobre notícias das construção das salas do Cine Metro São Paulo,²⁸ Cine Bandeirantes, Cine Ópera e Cine Roxy, veiculadas na *Acrópole*. Todas essas salas foram mobiliadas pela Móveis CIMO S.A., segundo cruzamento de fontes e um anúncio que sistematiza parte das salas mobiliadas (O MÁXIMO, 1954, p. 5).

De todo modo, nota-se um hiato no conjunto do argumento de Lourenço. Para a autora, os edifícios que comportavam as salas de cinema eram representações da modernidade cotidiana, presente em projetos de arquitetos que mobilizavam características do *art déco*.

Em outro sentido, a pesquisadora afirmava que não havia uma indústria significativa de mobiliário no Brasil, ou que era incapaz de “viabilizar projetos”, como destacado acima. Lourenço, assim, desconsiderou processos que envolveram a construção dos espaços que ela mesma analisou, sendo que não era um universo alheio em sua pesquisa, pois ela aprofunda outras empresas de mobiliário e chega a mencionar a Brasileira Fornecedora Escolar (BRAFOR), concorrente direta da Móveis CIMO S.A.

Por fim, a pesquisadora Rosana Rita Folz em *Mobiliário da Habitação Popular*, analisa o mobiliário da Móveis CIMO S.A. e seu uso na habitação popular, mas esse levantamento está em um capítulo intitulado “Móvel popular atual: produção industrial sem design industrial”. Ou seja, a fábrica, para a autora, está circunscrita a um conjunto de indústrias que não são compreendidas como criadoras de design industrial (FOLZ, 2002, p. 96).

²⁸ Um documento, no entanto, aponta uma relação da Móveis CIMO S.A. com a Metro. Houve um pedido para o exibidor J.B. Andrade em uma parceria com Benjamin Fineberg, que no período ocupava o cargo de gerente geral da Metro-Goldwyn-Mayer do Brasil. O pedido foi feito pelo representante Eduardo Whitaker Penteado, de 1784 unidades do modelo Casino (PEDIDOS, sem data).

Essa questão pode ser discutida a partir de três pontos: o primeiro diz respeito a uma periodização sobre a questão do design no Brasil. O pesquisador Rafael Cardoso na introdução do livro em que organizou, *O Design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870-1960*, diz que

perdura, na consciência nacional o mito de que o design brasileiro teve sua gênese por volta de 1960. Como todo mito, trata-se de uma falsidade histórica patente. Como todo bom mito de origens, trata-se também de uma verdade profunda, para além dos limites de nossas vãs metodologias. O que ocorreu, sem dúvida, foi uma ruptura. [...] Os anos de experimentação entre a abertura do Instituto de Arte Contemporânea do MASP, em 1951, e a inauguração da Escola Superior de Desenho Industrial [ESDI], em 1963, marcam uma mudança fundamental de paradigmas. Surgiu, nessa época, não o design propriamente dito – ou seja, as atividades projetuais relacionadas à produção e ao consumo em escala industrial -, mas antes a **consciência do design como conceito, profissão e ideologia** (CARDOSO, 2005, p. 7, grifo nosso).

Para o autor o design no Brasil é reconhecido entre as décadas de 1950 e 1960 por conta da institucionalização da profissão, a partir do ensino, pesquisa e conceituação dos elementos do campo, ou seja, por conta de uma consciência profissional e uma afirmação política de legitimação do ofício lançada a cabo por designers recém-formados, instituições, formação de grupos e o debate público.

Ainda que a coletânea aborde o design gráfico, no trecho supracitado Cardoso faz referências acerca de experiências do design industrial, como o Instituto de Arte Contemporânea (IAC), fundado por Lina Bo Bardi em 1951 e vinculado ao Museu de Arte de São Paulo (MASP)²⁹, que tinha como objetivo o ensino de Desenho Industrial; e a Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI), da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ),³⁰ instalada em 1963. Dessa forma, acredito que foram processos semelhantes para a consolidação de ambas áreas do design (gráfico e industrial).

²⁹ A pesquisadora Ethel Leon realizou uma pesquisa sobre o IAC que resultou no livro *IAC – Primeira escola de design do Brasil*, em que discute justamente a perspectiva de uma “prática profissional” e “formação de novos quadros” para o design, tanto a partir do ensino e pesquisa, como também de uma capilaridade no campo empresarial e industrial (LEON, 2014, p. 21).

³⁰ A pesquisadora Lucy Niemeyer, que analisa tanto o IAC como a ESDI, diz que esta última tinha uma orientação pragmática desde o seu início, voltada para a formação profissional (NIEMEYER, 2007, p. 98). Para Predo Luiz Pereira de Souza a “composição curricular apresentada tinha caráter predominantemente técnico, evidenciando-se a influência de Ulm” (SOUZA, 1996, p. 23).

O segundo elemento pode fazer parte de uma questão regional de pesquisas e publicações sobre o design. Marcos da Costa Braga no livro *Histórias do Design no Paraná*, identifica um campo cristalizado de estudos sobre o design brasileiro “principalmente por pesquisas feitas no sudeste do país”, de modo específico, Rio de Janeiro e São Paulo, o que não ocorre com uma produção do design acerca da região sul (BRAGA, 2014, p. 10), em que há diversos polos de produção (mobiliário, artes gráficas, eletrodomésticos etc.).

O terceiro ponto diz respeito a valorização da autoria para o desenho industrial, como já apontado anteriormente. Muitas pesquisas orbitam em torno de artistas, arquitetos e designer autorais, e desconsideram processos, empresas, marcas etc.

Há diversos trabalhos, por exemplo, específicos sobre Geraldo de Barros e a *Hobjeto*, Michel Arnoult e a *Mobília Contemporânea* e Ernesto Hauner (1931-2002) com a *Mobilínea*, mas há uma miríade de empresas com uma contribuição para a indústria moveleira que não foram objeto de estudos, ou que foram citadas de modo panorâmico, como é o caso da própria BRAFOR ou Móveis Teperman.

A Móveis CIMO S.A. começou a ser estudada na passagem dos anos 1990 para os anos 2000, a partir da dissertação de mestrado de Maria Angélica Santi, *Contribuições aos estudos sobre as origens da produção seriada do mobiliário no Brasil: a experiência Móveis CIMO S/A*, defendida em 2000, pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU/USP), e que derivou o livro *Mobiliário no Brasil: origens da produção e da industrialização*, publicado em 2013.³¹

A autora, inicialmente, faz um levantamento sobre a gênese da produção seriada de móveis no Brasil. A Móveis CIMO S.A. foi analisada nesse contexto, da passagem do móvel artesanal sob encomenda para o móvel industrial produzido em série. Ainda que a autora tenha buscado fazer um levantamento sobre a criação, desenvolvimento e fechamento da Móveis CIMO S.A., o seu recorte é desde o início da produção e comercialização de mobiliário até o processo da ampliação da fábrica com seus sócios, culminando em uma Companhia Industrial.

Algumas lacunas previstas por Maria Angélica Santi ficaram relegadas a outras pesquisas, tal como a análise de Gustavo Rugoni de Sousa, que mobilizou,

³¹ Há diferenças pontuais nas obras, como revisões, acréscimos ou omissões.

na área da educação, fontes e discussões sobre o mobiliário escolar produzido pela Móveis CIMO S.A. e o papel do estado na escolha dos móveis a partir de questões sobre a racionalização do espaço e dos corpos.

A partir dessas leituras³² notou-se que nos estudos sobre a Móveis CIMO S.A.: não havia trabalhos sobre a produção de mobiliário para salas de cinema, e, menos ainda, da relação da empresa com a mercado de circuitos de exibição cinematográfica. Assim, pretendo avançar nessa questão a partir do recorte subsequente ao de Maria Angélica Santi, entre as décadas de 1940 e 1960.

Esse recorte está atrelado, em primeiro lugar, com a continuidade da investigação de Santi supracitada, pois a autora deixa expresso que sua pesquisa se “detém especialmente nas primeiras décadas do século XX, entre os anos 1921 e 1944, quando são lançadas as raízes e premissas que originaram o processo de que se desenvolveu em direção à produção seriada e em grande escala” (SANTI, 2013, p. 33-34).

O ano de 1944, de fato, foi singular para a administração da Móveis CIMO S.A., pois foi o período em que ocorreram fusões com outras empresas produtoras de mobiliário no Brasil, garantindo para a Móveis CIMO S.A. boa parte das ações, além de uma carteira de clientes, terrenos, maquinários, operários especializados e materiais. Tal elemento também reforça a escolha do recorte da tese, uma vez que foi no decurso desse processo em que os investimentos da Móveis CIMO S.A. aumentaram, sobretudo para a produção de poltronas de cinema e em publicidade.

Em segundo lugar, durante as décadas de 1940 e 1950, especialmente a partir do marco do final da Segunda Guerra Mundial, houve um aumento na construção de salas de cinema no Brasil, segundo a investigação de Rafael de Luna Freire e Natasha Hernandez Almeida Zapata, que comparou alguns índices de abertura de salas, como anuários, levantamentos da imprensa e dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Mesmo com algumas divergências, os autores afirmam que após 1945 houve “uma expansão constante e acelerada no setor, até atingir seu ápice no final dos anos 1950” (FREIRE; ZAPATA, 2017, p. 198).

³² Recentemente foi elaborado um trabalho de sistematização acerca de pesquisas acerca da Móveis CIMO S.A. no Brasil por Augusto Meuer e Michele Tais Dalle Carbonare Zamoner, ambos pesquisadores do Programa de Pós-graduação em Design da Universidade Federal do Paraná (MEURER; ZAMONER, 2023).

Um apontamento dos autores também diz respeito não apenas ao número de abertura e manutenção de salas, mas também a lotação das salas, tema tangente ao item de análise da tese, as poltronas. Para Freire e Zapata

é preciso reconhecer que estatísticas baseadas apenas no número de salas de cinema existentes no Brasil possuem claras limitações para a análise do mercado exibidor. Para estimar a dimensão do público espectador brasileiro e refletir sobre a importância do cinema como atividade social e econômica, por exemplo, é fundamental **levar em conta a lotação das salas de exibição**, atentando para tendências históricas de diminuição ou ampliação do tamanho dos cinemas e de seu público (FREIRE; ZAPATA, 2017, p. 192, grifo nosso).

Esses dados também são confirmados e complementados pela pesquisa de Inimá Simões, em uma análise sobre a cidade de São Paulo. Em 1940 a capital paulista possuía 95.154 assentos de cinema, e um público anual de 19.526.224 espectadores. Em 1945 passa a ter 122.739 assentos (aumento de aproximadamente 29%) e 30.212.943 espectadores (aumento de aproximadamente 55%). Em 1950 foram registradas 158.000 poltronas (29% a mais em relação a 1945) e 35.846.722 espectadores (aumento de 19%). Em 1955 a expansão continuou: 199.379 poltronas disponíveis (26% a mais) e 57.736.902 espectadores (um salto de 61%). Em 1957 há o registro de queda de espectadores: 56.590.065. E em 1960, a diminuição de número de assentos, o que indica mais fechamentos do que aberturas de salas (SIMÕES, 1990, p. 89).

Os dados sinalizam que as poltronas foram essenciais na institucionalização do cinema, não apenas na expansão das salas, mas no afã de padronização e modernização da atividade. A Móveis CIMO S.A., nesse contexto, insere-se como protagonista, uma vez que fornecia mobiliário especializado.

O recorte geográfico da tese, a cidade São Paulo, é um limite necessário por conta da capilaridade da Móveis CIMO S.A. no território nacional. Mas também há alguns elementos que favorecem essa escolha: o departamento de cinema da Móveis CIMO S.A. e o escritório de vendas especializado em cinema foi instalado em São Paulo; a fábrica mantinha boa relação com a imprensa especializada em cinema, como o jornal *Cine-Repórter - Semanário Cinematográfico* e a *Revista O Exibidor* – ambos sediados em São Paulo; o desenvolvimento da Cinelândia

paulistana estava em expansão no período analisado; e o número de negociações e contratos com a Comissão do IV Centenário de São Paulo (um caso que será analisado no capítulo 4).

Obviamente esse recorte não será restritivo, pois investigarei questões desde a fundação da Móveis CIMO S.A. em Rio Negrinho/SC, entre 1912 e 1913; sua expansão comercial a partir da mudança da sede para Curitiba/PR, em 1944; e as relações com representantes, sobretudo em Curitiba e Rio de Janeiro, além de dois representantes em São Paulo, que foram intensas entre 1920 e 1930.

Assim, levanto alguns problemas, como a compreensão das formas pelas quais a Móveis CIMO S.A. contribuiu para a conformação do mercado exibidor cinematográfico em São Paulo, entre 1940 e 1960, por meio do fornecimento de mobiliário para salas de cinema. Interessa entender como se estabeleceram as relações com os agentes desse mercado e de que maneira as estratégias comerciais da empresa, especialmente aquelas baseadas em uma publicidade que dialogava com o universo narrativo cinematográfico, possibilitaram sua expansão e consolidação ao longo do período.

Dessa forma, busco analisar o papel da Móveis CIMO S.A. na configuração do mercado exibidor cinematográfico no recorte proposto, por meio da investigação da relação entre projeto, fabricação e comercialização de poltronas para cinemas; as estratégias empresariais; as redes estabelecidas com exibidores; e a produção de imagens que perpetuaram a empresa nesse circuito.

Essa pesquisa tem como objeto a atuação da Móveis CIMO S.A. no mercado exibidor cinematográfico a partir de elementos interrelacionados, tais como a materialidade das poltronas e sua relação com o design, conforto e padronização dos cinemas; as estratégias comerciais e publicitárias da Móveis CIMO S.A. nesse mercado específico; e a interação entre a indústria moveleira, a imprensa e os exibidores cinematográficos, explorando redes de negócios e a modernização tanto da indústria moveleira, da indústria do cinema e das formas de comunicar tais objetos.

Para a análise dessas questões, constatou-se uma miríade de agentes e personagens: fundadores da fábrica, sócios e ex-sócios, poder público, representantes comerciais, imprensa de grande circulação e imprensa especializada, funcionários de diversos níveis hierárquicos (diretores, gerentes,

vendedores), arquitetos, exibidores (proprietários de salas de bairro a diretores de grandes circuitos), empresas parceiras e empresas concorrentes.

Cada processo envolveu mais ou menos agentes nas tomadas de decisão acerca do que a Móveis CIMO S.A. construiu para seu setor de poltronas para cinema. Há, no entanto, ênfase em alguns personagens que são essenciais para compreender a relação da Móveis CIMO S.A. com a exibição cinematográfica, como os irmãos Jorge Zipperer e Martin Zipperer.

HISTÓRIA E DESIGN E HISTÓRIA DA EXIBIÇÃO CINEMATOGRAFICA

Os móveis, objetos entrelaçados no cotidiano para atividades como alimentação, descanso, estudo e trabalho, lazer, espiritualidade etc., quando lidos e analisados em uma perspectiva histórica, possibilitam diversas abordagens para questionamentos e compreensões da sociedade: móveis são fabricados, usados ou ressignificados como instrumentos de conforto, distinção, hierarquização, sacralização, embelezamento, e, em muitos casos, tais características são sobrepostas.

Para a pesquisadora Isabel Campi, a análise histórica a partir do objeto é muito atrativa por conta de sua materialidade e sua presença. No entanto, a autora chama a atenção para a compreensão do objeto e seu objetivos, e mais além, para a questão de que “quando se vende ou se compra um objeto, este **comunica valores** e adquire **dimensões simbólicas**” (CAMPI, 2013, p. 95, tradução nossa, grifo nosso).

Tais valores e dimensões simbólicas são acionadas em outras etapas do produto, como a constituição de sua marca, sua linguagem visual, sua publicidade, sua comercialização. Nesse sentido, Isabel Campi também alerta para riscos de exemplos metodológicos canônicos e tradições narrativas estabelecidas, e orienta que pesquisadores devem buscar “alternativas ao relato canônico herdado”, e que uma prática histórica inovadora poderia

sair ao encontro de fenômenos mais populares como o consumo e a cultura de massas; teria que explorar se havia 'outros' designers que não foram os heróis consagrados do movimento moderno, se existiam 'outros' lugares fora um pequeno número de países industrializados – Grã-Bretanha, Estados Unidos e Alemanha – onde existiria uma cultura do design; se eram possíveis 'outras' modernidades e 'outros' conceitos de design (CAMPI, 2013 p, 48, tradução nossa).

É verdade que Campi também menciona que a análise do objeto, a partir da abordagem do consumo, da recepção e da cultura material, pode ser lido como “um texto que permanece aberto a múltiplas leituras”, sem ser reduzido às intenções de seu autor (CAMPI, 2013, p. 62).

Assim, nem objeto e nem consumidor são agentes neutros ou passivos nessa relação, como aponta a autora a partir de reflexões de Pierre Bourdieu que o consumo é “um esforço de apropriação através do qual o consumidor ajuda a produzir o produto que consome mediante um trabalho de decodificação e identificação” (CAMPI, 2013, p. 62).

Ainda que a autora critique certos métodos da História da Arte, por enfatizarem questões estéticas em detrimento de questões econômicas e tecnológicas; por supervalorizarem o culto à personalidade e diminuírem ou excluírem produções anônimas; por se concentrarem em objetos raros, únicos; e por superestimarem estudos das escolas e instituições consagradas, subestimando empresas e pequenos grupos, ela reconhece as contribuições da Sociologia da Arte, pelo interesse no “processo de produção, distribuição e recepção e por todos os agentes que ocupam um lugar estruturalmente importante nas relações entre arte e sociedade” e como tais questões podem colaborar para as análises do Design e da História do Design (CAMPI, 2013, p. 41).

Mesmo que a poltrona seja esse objeto de mediação entre o Design e a exibição cinematográfica, uma vez que tais atividades não possuem uma relação direta e evidente, tais áreas são semelhantes no que diz respeito a certos problemas de objeto e a reflexões rumo a uma História que amplia questões.

A exibição cinematográfica nem sempre foi um objeto valorizado na História do Cinema.³³ Jean-Claude Bernardet comenta que uma historiografia clássica do cinema brasileiro “elaborou essencialmente uma história de cineastas, de realizadores e de filmes. Outras questões, como o mercado, a legislação, a distribuição, a exibição, o público, eram tratadas alusivamente”, questão mitigada apenas a partir de 1980 (BERNARDET, 1996, p. 9).

Ou seja, há certas semelhanças entre a História e o Design e a História da Exibição Cinematográfica no que diz respeito a uma ampliação de objetos e abordagens, e até aproximações metodológicas: a compreensão do cinema como um conjunto de atividades que vão além da criação do filme em si e que lança mão da análise dos processos que formam o conjunto, como a exibição e seus elementos (o próprio espaço da exibição, a gestão da sala de cinema ou de um circuito de salas, as escolhas acerca dos filmes, do número de sessões - que impacta no perfil do público -, e uma gama de encomendas de insumos e equipamentos).

Diversos trabalhos no campo dos estudos de cinema e da História do Cinema têm investido em abordagens sistematizadoras, sobretudo aquelas que, ao privilegiar a História da Exibição Cinematográfica, buscam compreender os modos como práticas institucionais, técnicas e culturais se articularam na conformação dos circuitos e espaços dedicados ao cinema, e assim lançam questões metodológicas importantes.

Robert Allen e Douglas Gomery publicaram, em 1985, *Teoria e Prática da História do Cinema*, e defendiam que o cinema é “um fenômeno com facetas diversas: manifestação artística, instituição econômica, produto cultural e tecnologia” (ALLEN; GOMERY, 1995, p. 13, tradução nossa).

Trata-se, portanto, de uma proposta que não se limita ao objeto fílmico, mas amplia a compreensão do que é cinema com possibilidades de análise de outros elementos que coexistem em suas distintas etapas: produção, distribuição e exibição. Para os autores o cinema não “é uma série de componentes que constituem um conjunto, mas uma série **interrelacionada** de componentes que se condicionam uns aos outros” (ALLEN; GOMERY, 1995, p. 36, grifo dos autores, tradução nossa).

³³ Ainda que obras tenham utilizado a exibição como tema, como foi observado no caso de *Um homem com uma câmera*. Em 2023 foi lançado *Retratos Fantasmas*, dirigido por Kleber Mendonça Filho, sobre a ida ao cinema no centro de Recife durante o século XX.

Nesse sentido, a análise das poltronas para cinema e as relações desenvolvidas a partir desse objeto (a demanda, a encomenda, o projeto, a produção, a divulgação, a comercialização), permite investigar historicamente esses componentes, que, embora inicialmente associados ao campo da tecnologia e da economia, possuem também atributos estéticos e culturais do próprio universo cineamatográfico, como se verá ao longo da tese.

Essa perspectiva foi expandida com as proposições do *New Cinema History*. Segundo Richard Maltby, a partir dos anos 2000, houve um deslocamento do foco tradicional nos filmes para uma atenção ampliada aos processos de circulação, consumo e, sobretudo, ao próprio cinema como espaço de trocas culturais (MALTBY, 2011, p. 3, tradução nossa).

Para o autor, esse movimento inclui os estudos das práticas da exibição cinematográfica, de forma mais bem definida, tanto tematicamente quanto metodologicamente, sobretudo a partir das contribuições da micro-história. Maltby comenta que

em vez de buscar um relato totalizante, [...] a força da história da exibição cinematográfica está em sua agregação de detalhes, de forma exatamente análoga à proposição de que, quanto mais filmes individuais descobrirmos e estudarmos, mais saberemos sobre os filmes em geral (MALTBY, 2011, p. 14, tradução nossa).

No Brasil, textos que examinavam o cinema a partir dessa perspectiva já circulavam desde a década de 1970. Vicente de Paula Araújo em *A Bela Época do Cinema Brasileiro*, publicado em 1976, além de dissertar sobre o contexto específico no Rio de Janeiro das primeiras produções e reproduções, dedica também fôlego aos espaços de exibição, nomeando salas, circuitos e seus responsáveis.

O mesmo autor lançou, em 1981, *Salões, Circos e Cinemas de São Paulo*, em que organiza, cronologicamente, eventos sobre as diversões em São Paulo, tendo o cinema uma análise especial, pois seu recorte foi construído em “antes de Serrador” e “depois de Serrador”. A referência é ao exibidor Francisco Serrador, cuja atuação foi decisiva para o cinema paulistano. A empresa de Serrador, a Cia. Cinematográfica Brasileira, criada em 1911, já possuía, em 1913, 8 salas em São

Paulo (ARAÚJO, 1981, p. 222), e que, anos mais tarde, seria uma importante cliente da Móveis CIMO S.A.

As salas foram tratadas de modo mais específico a partir de 1983, ano em que João Luiz Vieira e Margareth Aparecida Campos da Silva Pereira lançaram a pesquisa *Espaços do Sonho: Cinema e Arquitetura no Rio de Janeiro*. Com o objetivo de avançar na análise do espaço físico das salas, os autores propunham

investigar o espaço final que abriga e materializa a projeção de um filme, buscando entender e ilustrar a simetria existente entre uma determinada concepção de cinema dominante – a do filme americano clássico conforme desenvolvido e cristalizado por Hollywood entre 1920 e 1950 – e esse espaço físico do cinema enquanto sala (VIEIRA; PEREIRA, 1983, p. 1).

Dessa forma, Vieira e Pereira percorrem temas para a compreensão de que as formas de construção das salas de cinema, e de toda a sua composição – inclusive as poltronas – eram diretamente relacionadas com as formas narrativas de produção e distribuição de filmes, geridas, em sua maior parte, por grandes empresas norte-americanas.

Os novos cinemas trariam a modernização de nosso mercado exibidor, significando a crença geral de que, agora, seríamos levados mais a sério pelo produtor norte-americano, encarados com maior consideração e menor indiferença. Quer dizer, em outras palavras, com os novos cinemas estávamos dando um grande passo no sentido de melhorarmos e definirmos ainda mais nosso estatuto de consumidores de filmes, aparecendo aos bons olhos do produtor americano ávido de lançar seus grandes espetáculos em cinema à altura dos investimentos empregados nos filmes (VIEIRA; PEREIRA, 1983, p. 20).

Ou seja, para os autores, a conformação arquitetônica das salas a partir da década de 1920 no Brasil respondia a um contexto da indústria cinematográfica internacional, tonando-se, inclusive, objeto de concorrência, de modo semelhante aos programas e filmes (VIEIRA; PEREIRA, 1983, p. 11). A relação entre o apelo estético das salas (originados no próprio modo narrativo do cinema em questão) e a configuração de negócio da exibição, é sintetizada da seguinte maneira.

As salas de exibição, longe de serem superfícies neutras se dão como um espaço carregado de subjetividade. É esta subjetividade que a instituição cinema trabalhou, no sentido de garantir a sua manutenção e, conseqüentemente, a de todos os valores inscritos nesse cinema dominante (VIEIRA; PEREIRA, 1983, p. 30).

Ainda que não tenham tratado especificamente das poltronas, o mobiliário das salas de cinema não foi ignorado, sendo considerado um dos componentes estruturantes do espaço cinematográfico. Assim, a Móveis CIMO S.A., responsável por boa parte da produção e instalação de assentos em salas de cinema no Brasil, constitui um objeto fundamental para se refletir sobre a articulação entre a História da Exibição Cinematográfica e a História e o Design.

No contexto paulistano, Inimá Simões empreendeu a pesquisa *Salas de Cinema em São Paulo*,³⁴ publicada em 1990, e que, como aponta o título, tem um recorte especializado nas salas de cinema.³⁵

Trata-se de um levantamento sistemático de salas de cinemas paulistanas que compreendem o período desde o início do século XX, a passagem pelos palácios e a formação da Cinelândia da capital paulista. O autor utiliza recortes de jornais e realiza um criterioso trabalho fotográfico, apontando informações básicas sobre as salas de cinema: proprietários, circuito a que pertence, endereço, número de lugares etc.

Outra importante pesquisa que cobriu um período amplo foi a *Palácios e poeiras: 100 anos de cinemas no Rio de Janeiro*, de Alice Gonzaga, publicada em 1996. A autora defende que

uma história das salas de exibição demandaria a compreensão de dois parâmetros maiores: o próprio ambiente social em que se insere o circuito e a estrutura que o sustenta, o famoso mercado [...], tentando localizar os pontos de contato entre a cidade e o cinema, e verificar como os negócios cinematográficos interferem na constituição do meio exibidor (GONZAGA, 1996, p. 16).

³⁴ Apesar da colaboração de Inimá Simões para a sistematização das salas de cinema de São Paulo (e o que fazia parte desse universo, como as empresas envolvidas, estatísticas de público etc.), pontuo que muitas salas ainda ficaram de fora, sendo um número maior do que o arrolado. Apenas a partir da publicidade da Móveis CIMO S.A. foi possível chegar em, ao menos, 22 cinemas que não constavam na pesquisa de Simões.

³⁵ Outra fonte de pesquisa é o blog *Salas de cinema de São Paulo: resgate histórico dos cinemas de São Paulo* (SALAS, 2021).

Embora dedicada ao contexto carioca, a pesquisa de Gonzaga contribui para esta tese ao reconhecer que as relações mercantis, operadas por empresários com interesses capitalistas, atuam decisivamente na configuração dos espaços de exibição, inclusive na escolha de seus fornecedores.

Para José Inácio de Melo Souza, o texto de Gonzaga é um “amplo painel”, e tornou ainda mais robustas as pesquisas sobre exibição cinematográfica no Brasil, pois adotou como metodologia a análise de “um conjunto de práticas e de relações comerciais de organização de um mercado específico dentro da cinematografia brasileira” (SOUZA, 2013).

Souza também aprofundou essa linha de investigação com a pesquisa *Salas de cinema e história urbana de São Paulo: o cinema dos engenheiros*, lançada em 2016, e que é referência fundamental para esta tese, pois apresenta as relações entre ações do estado e a conformação do mercado exibidor, exploradas, sobretudo, no capítulo 1.

O texto do mesmo autor presente na coletânea *Nova História do Cinema Brasileiro*, intitulado *Os primórdios do cinema no Brasil*, retoma, reanalisa e articula diversos processos históricos que também contribuem para uma interpretação da História da Exibição Cinematográfica no Brasil, sobretudo no que diz respeito a sedentarização dos cinemas e ao surgimento de uma nova estrutura produtiva (SOUZA, 2018, p. 43).

Na perspectiva da antropologia, a pesquisadora Heloisa Buarque de Almeida também analisa o fenômeno das salas, como espaço de sociabilidade, deslocamento urbano e lugares de memórias.

As salas revestem-se de um ar moderno [...]. Elas representam, por um lado, um avanço técnico (quanto a itens como projetores, equipamentos de som, elevadores, sistemas de ar-condicionado), por outro, parecem significar a própria modernidade da época (ALMEIDA, 2008, p. 166).

As poltronas também inserem-se no contexto de avanço técnico do cinema, como visto em relação aos materiais, padrões de conforto e mecanismos que podem ter menor ou maior complexidade (é possível pensar, inclusive, nas poltronas que

atualmente podem conter vibrações e até mesmo ajustes de temperatura tátil individual). João Luiz Vieira comenta a ampliação do campo de análises a partir do que ele chama de “histórias de cinemas”, que

pode ser configurado como uma estratégia metodológica onde o circuito fílmico não exclui e nem poderia excluir os filmes, mas vai além para incorporar suas complexas e variadas condições de recepção. Estas, por sua vez, caracterizadas por diferenças regionais, incluindo a conformação de seu público, com hierarquias de classe social, gênero, etnia, idade ou educação, entre outras marcas identitárias. Sem dúvida, trata-se de uma empreitada teórico-prática de natureza transdisciplinar que joga luz sobre a trajetória paralela da formação de públicos e das transformações culturais, tecnológicas e mercadológicas do cinema. O campo é vasto e se abre para o cruzamento e a polinização dos Estudos Cinematográficos/histórias de cinemas com a História, Economia, Arquitetura, Ciências Sociais (em especial a Sociologia, Antropologia e a Comunicação).

Tal movimento ganha ainda mais valor diante do fato de que, ao contrário dos estudos em torno da produção de cinema no Brasil, são ainda escassas as investigações sobre a história da distribuição e da exibição, incluindo tanto os exibidores, pequenos, independentes, como as grandes cadeias que dominaram determinadas áreas do país (VIEIRA, 2021, p. 7).

Nesse sentido, esta pesquisa se insere no campo das “histórias de cinemas”, uma vez que analisa um aspecto tecnológico, econômico e cultural relacionado a exibição cinematográfica, como aponta João Luiz Vieira.

Por fim, cabe destacar que um traço comum a todas as pesquisas citadas reside nas fontes mobilizadas: jornais e revistas do período, que contribuem para as análises sobre o circuito exibidor. Como também observa João Luiz Vieira, trata-se de um campo que convoca “uma variedade de fontes materiais e imateriais de pesquisa que afetam as práticas da recepção e a interpretação espectral: anúncios de imprensa, cartazes, folhetos, as diferentes formas de publicidade de um passado impresso” (VIEIRA, 2023, p. 138).³⁶

³⁶ Vale ressaltar que diversas pesquisas e iniciativas são referências para a presente tese. Destaco, inicialmente, o site *Histórias de Cinemas*, desenvolvido pelos pesquisadores Lívia Cabrera, Ryan Brandão e Sancler Ebert, que reúne investigações sobre salas de cinemas desenvolvidas em programas de pós-graduação no Brasil, ou seja, um esforço de sistematização da produção sobre os espaços das salas de cinema. Destaco também o trabalho das pesquisadoras Talitha Ferraz, com o trabalho *A segunda Cinelândia carioca*; Márcia Bessa, com a pesquisa *Entre achados e perdidos: colecionando memórias dos palácios cinematográficos da cidade do Rio de Janeiro*; e a investigação de Paula Freire Santoro, *A relação da sala de cinema com o espaço urbano em São Paulo: do provinciano ao cosmopolita*.

IMPrensa E HISTÓRIA

A historiadora Tania Regina de Luca publicou um importante texto sobre a questão dos estudos históricos e a imprensa. *História dos, nos e por meio dos periódicos* é um capítulo do livro *Fontes Históricas*, organizado por Carla Bassanezi Pinsky. A intenção do livro, já presente em seu título, é aprofundar a questão das “fontes propriamente ditas e, conseqüentemente, dos métodos e das técnicas utilizados pelos pesquisadores em seu contato com os documentos, os vestígios e os testemunhos do passado humano” (PINSKY, 2008, p. 7).

Dessa forma, o capítulo de Tania Regina de Luca aborda a questão da imprensa em uma problemática tríplice, evidenciando os desafios teóricos e metodológicos para tal fonte. Seu texto pode ser dividido em três partes.

A primeira diz respeito a um levantamento dos debates acerca dos periódicos enquanto fonte. A atividade da imprensa tem sua importância no meio da informação e no meio comercial, porém a relevância para a história era discutida por conta de uma tradição que reconhecia certos documentos em detrimento de outros, para atingir o objetivo de uma história pautada na objetividade e na pretensa precisão das informações contidas em documentos escritos (características da escola positivista que gerou muitos quadros de historiadores).

No entanto, há uma nova compreensão, a partir da década de 1930 com a Escola dos Annales, intensificada nas décadas de 1960 e 1970, acerca da noção de documento, e de alargamento de temas e de abordagens.

Jacques Le Goff, um dos historiadores da terceira geração dos Annales, de uma linha que se convencionou chamar de Nova História, aprofundou a questão do documento em seu livro *História e Memória*, chamando essa discussão acerca da fonte, inclusive, de revolução do documento.

[...] Este alargamento do conteúdo do termo **documento** foi apenas uma etapa para a explosão do documento, que produziu a partir dos anos 1960 e levou a uma verdadeira **revolução documental**. Esta revolução é, ao mesmo tempo, quantitativa e qualitativa. O interesse da memória coletiva e da história já não se cristaliza exclusivamente sobre os grandes homens, os acontecimentos, a história que avança depressa, a história política, diplomática, militar. Interessa-nos por todos os homens, suscita uma nova hierarquia mais ou menos implícita dos documentos (LE GOFF, 2019, p. 490-491, grifos do autor).

Em síntese, esse período foi marcado pelo “fortalecimento da História cultural, tributária, em grau bastante variável, da Antropologia e ancorada no estudo das práticas e representações sociais” (LUCA, 2008, p. 114), além de outros movimentos, como a micro-história e a questão do jogo de escalas.

A segunda parte do texto diz respeito as possibilidades temáticas presentes nos jornais, revistas e demais publicações periódicas, a partir de abordagens do mundo do trabalho, dos estudos da cidade, a gênese e circulação de revistas, a publicidade, a articulação entre imprensa e literatura, as questões e recortes de gênero e de infância e de política e censura.

Entre os exemplos de trabalhos nessas áreas, a autora faz um levantamento de caminhos metodológicos para a análise da imprensa periódica enquanto fonte, alertando, contudo, que não há um modelo generalizador, mas que todas as fontes devem ser analisadas levando em conta especificidades.

Note-se que as observações que seguem não devem ser encaradas como um roteiro rígido e tampouco espécie de fórmula ou elixir aplicável a quaisquer impressos, circunstâncias ou períodos. Trata-se simplesmente de um esforço de sistematização de procedimentos e sugestões analíticas que têm orientado as pesquisas na área, bastante úteis para os que pretendem se debruçar sobre documentos dessa natureza (LUCA, 2008, p. 130-131).

Essa é a articulação para a terceira parte, em que é proposta uma metodologia para o uso e a análise dos periódicos, ou seja, um caminho prático para o trabalho com as fontes: a observação, descrição e análise de sua materialidade, do apelo visual da publicidade presente, as questões envolvendo a impressão, o próprio formato, o número de páginas, as seções existentes na publicação, os profissionais envolvidos.

Para a pesquisadora Tania Regina de Luca, esse conjunto de “[...]diferenças na apresentação física e estruturação do conteúdo não se esgotam em si mesmas, antes apontam para outras, relacionadas aos sentidos assumidos pelos periódicos no momento de sua circulação” (2008, p. 132).

Os “sentidos assumidos” pelos periódicos não são acidentes, mas são processos de escolhas a partir de determinadas condições, ou do “lugar social” para o qual a historiadora aponta. No caminho metodológico para a análise das publicações é

importante estar alerta para os aspectos que envolvem a materialidade dos impressos e seus suportes, que nada têm de natural. Das letras miúdas comprimidas em muitas colunas às manchetes coloridas e imateriais nos vídeos dos computadores, há avanços tecnológicos, mas também práticas diversas de leituras. Historicizar a fonte requer ter em conta, portanto, as condições técnicas de produção vigentes e a averiguação, dentre tudo que se dispunha, do que foi escolhido e por quê (LUCA, 2008, p. 32).

Outros elementos da publicação são integrantes da análise, como o emprego de ilustrações e imagens, e de que forma é disposta em articulação com as demais informações (textos ou até mesmo anúncios publicitários). Afinal, a informação está presente não apenas na narrativa textual, mas também na narrativa visual.

A historiadora resume que a análise desses aspectos, ainda que essenciais, necessitam de certa cautela, uma vez que há um contexto sociocultural ocupado pelas publicações periódicas, que também precisam ser acessados e analisados na escrita da história.

Em síntese, os aspectos até agora destacados enfatizaram a forma como os impressos chegaram às mãos dos leitores, sua aparência física (formato, tipo de papel, qualidade da impressão, capa, presença/ausência de ilustrações), a estruturação e divisão do conteúdo, as relações que manteve (ou não) com o mercado, a publicidade, o público a que visava atingir, os objetivos propostos. Condições materiais e técnicas em si dotadas de historicidade, mas que se engatam a contextos socioculturais específicos, que devem permitir localizar a fonte escolhida numa série, uma vez que esta não se constitui em um objeto único e isolado. Noutros termos, o conteúdo em si não pode ser dissociado do lugar ocupado pela publicação na história da imprensa, tarefa primeira e passo essencial das pesquisas com fontes periódicas (LUCA, 2008, p. 138-139).

O principal conjunto de fontes que auxiliam esta pesquisa são anúncios publicitários da Móveis CIMO S.A., publicados em diferentes veículos. Destaco o *Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico*, publicação especializada em cinema e seus agentes (produtores, distribuidores e exibidores), com o maior número de anúncios da Móveis CIMO S.A.

No entanto, não é insignificante o volume de anúncios e reportagens na *Revista O Exibidor*, também especializada, como o próprio título aponta, no mercado exibidor; a *Revista Acrópole*, especializada em arquitetura e a própria publicação da fábrica, a *Revista Móveis CIMO*, editada e distribuída para os operários e a imprensa. Também destaco a veiculação de anúncios sobre poltronas para cinema em periódicos de grande circulação diária, por direcionar um discurso ao usuário das poltronas, e não ao comprador (empresários das salas de cinema ou construtores).

Outro conjunto que contribuiu na investigação é formado por notícias, reportagens e cartas publicadas nos jornais especializados: para além do perfil de uma anunciante, a Móveis CIMO S.A. também mantinha relações institucionais e afetivas com a imprensa e demais empresas, e era constantemente noticiada sobre sua produção.

Fazem parte desse universo os anúncios publicitários e notícias sobre as principais concorrentes da Móveis CIMO S.A., a já citada BRAFOR e as Poltronas Kastrup. As pesquisas em jornais e revistas foram realizadas, na maioria, na Hemeroteca Digital Brasileira (HDB), no acervo digital da *Folha de S. Paulo*, e no acervo digital do *O Estado de S. Paulo*, no acervo digital da *Revista Acrópole* e no arquivo físico da Cinemateca Brasileira.

Há também um importante conjunto de fontes a partir da pesquisa no Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. Lá pude ter acesso a cartas trocadas entre os irmãos Zipperer, seus sócios e representantes; pedidos (em que é possível verificar clientes, modelos vendidos, quantidades); notas fiscais, fotografias.

Grande parte dos documentos pertenciam ao fundo familiar de Jorge Zipperer: trocas de correspondências com amigos, funcionários, representantes, familiares, a maioria datada entre as décadas de 1910 e 1940. Por diversas mudanças na configuração da empresa, não há pastas com a documentação pessoal e profissional de Martin Zipperer, responsável pelo desenvolvimento de projetos.

O acervo decorrente do cotidiano fabril foi em grande parte perdido. A documentação da fábrica de Rio Negrinho fez parte do espólio vendido a Móveis Habitasul (atualmente, Meu Móvel de Madeira), e que posteriormente foi doado ao Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho.

Por conta da falta de conservação adequada e uma gestão arquivística intencional, tal documentação foi danificada ou furtada, e atualmente não está inventariada (a maioria são desenhos técnicos e projetos para empresas). A documentação das fábricas de Curitiba e Joinville/SC, assim como das lojas e escritórios foram perdidas. Assim, alguns temas não serão aprofundados, como a participação dos trabalhadores da Móveis CIMO S.A.³⁷

Por fim, outro conjunto de fontes foi pesquisado no Arquivo Histórico Municipal de São Paulo. Essa instituição faz a guarda dos documentos produzidos e acumulados pela Comissão do IV Centenário da cidade de São Paulo, e a Móveis CIMO S.A. teve um volume considerável de negociações e fornecimento tanto para os escritórios da Comissão como para os festejos.

A metodologia de análise dessas fontes segue uma perspectiva histórica da Móveis CIMO S.A., das aproximações da História e o Design e das relações com a História do mercado exibidor cinematográfico, mobilizando e confrontando textos das respectivas áreas.

O mercado exibidor cinematográfico, nesta pesquisa, é compreendido como um conjunto articulado de práticas, agentes, infraestruturas e discursos que sustentam a exibição de filmes. Trata-se de um campo em que convergem aspectos técnicos, simbólicos, comerciais, culturais, materiais e institucionais. Estão inseridos neste mercado os empresários exibidores, as distribuidoras, as empresas fornecedoras de equipamentos e mobiliário (poltronas), arquitetos e engenheiros, órgãos reguladores, a imprensa e empresas de comunicação e, sobretudo, o público, que pauta e é pautado por valores de conforto, distinção e modernidade.

Nesse sentido, o mercado exibidor não está circunscrito apenas ao momento da projeção, mas abarca o espaço físico e suas condições técnicas, os modos de sociabilidade propostos, os arranjos estéticos e os mecanismos de comunicação em torno da experiência cinematográfica, a programação das salas de cinema, bem

³⁷ Inclusive, tal questão foi abordada a partir do recorte da Associação dos trabalhadores da Móveis CIMO (ASSOCIMO) durante a década de 1970, pelo colega e pesquisado Fernando Henrique Cardoso de Almeida (ALMEIDA, 2021).

como folhetos de salas, anúncios de programas, textos de páginas sociais sobre os espaços e sobre os filmes apresentados.

Assim, a metodologia permeará toda a tese, no entanto, haverá algumas ênfases em determinados capítulos (pela tipologia da fonte ou problemática apresentada). O caminho metodológico escolhido consiste, basicamente, em:

- 1) Identificar os agentes envolvidos nas etapas de projeto, produção, comercialização e consumo das poltronas de cinema, e verificar as relações construídas e mantidas por tais atores: fundadores da Móveis CIMO S.A., funcionários de alto escalão (diretoria de comunicação, diretoria de mobiliário para cinema), editores de jornais e revistas especializados em cinema e exibição, concorrentes, construtores (engenheiros, arquitetos e licenciados), legisladores e clientes da Móveis CIMO S.A.;
- 2) A partir da identificação dos agentes, analisar a natureza e a dinâmica das relações estabelecidas entre eles, considerando os interesses, estratégias e compromissos assumidos. Isso envolve examinar como esses atores interagiram no processo de produção e comercialização das poltronas para cinema, suas colaborações e disputas, e de que maneira suas ações se relacionaram com a conformação do mercado exibidor. A investigação foi orientada pelo objetivo da tese,³⁸ buscando compreender como essas relações contribuíram para a expansão e consolidação da Móveis CIMO S.A. no setor cinematográfico;
- 3) Análise do papel do Estado e das políticas para o mercado exibidor, a partir do estudo das regulamentações e normativas de padronização sobre o setor e suas implicações para a produção, comercialização e instalação do mobiliário e a investigação das relações diretas da Móveis CIMO S.A. com órgãos governamentais, como o Departamento de

³⁸ Como exposto acima, o objetivo é “analisar o papel da Móveis CIMO S.A. na configuração do mercado exibidor cinematográfico no recorte proposto, por meio da investigação da relação entre projeto, fabricação e comercialização de poltronas para cinemas; as estratégias empresariais da fábrica; as redes estabelecidas com exibidores; e a produção de imagens que perpetuaram a empresa nesse circuito”.

Administração do Setor Público (DASP), na obtenção de contratos e concessões;

- 4) Leitura e análise dos anúncios publicitários da Móveis CIMO S.A., elencando os recursos narrativos que a empresa mantinha de si e que construía sobre o cinema, observando a representação do móvel e da contribuição da fábrica para o universo cinematográfico, tendo como pano de fundo leituras da História da Publicidade e da Cultura Visual. Por fim, a comparação com estratégias publicitárias e narrativas com as concorrentes do mesmo ramo;
- 5) Estudo de caso da consolidação da Móveis CIMO S.A. durante os festejos do IV Centenário de São Paulo, em 1954, a partir do exame de um conjunto publicitário específico e a relação com o poder público em um contexto de representação da memória paulistana.

Assim, organizei os capítulos da seguinte forma. O primeiro capítulo, *Entre redes e acordos: móveis como escolha*, investiga a trajetória de Martin Zipperer, irmão de Jorge Zipperer, e sua atuação na Móveis CIMO S.A., ainda pouco explorada na historiografia. A partir de fontes dispersas, busco analisar sua formação e atuação profissional em São Paulo, identificando empresas em que trabalhou e sua própria experiência como empresário. Com base nesse percurso, discuto o papel de Martin Zipperer na circulação do mobiliário no Brasil no início do século XX e sua inserção em redes de negócios. Entre seus possíveis interlocutores estavam legisladores, engenheiros, empreiteiros, arquitetos, profissionais da marcenaria, da imprensa e do cinema. Também abordo a primeira encomenda de poltronas para cinema, a rede de representantes da Móveis CIMO S.A. em São Paulo, Rio de Janeiro e Curitiba.

O segundo capítulo, *Entre páginas e anúncios: móveis como imagens*, examina a relação entre a Móveis CIMO S.A. e o jornal *Cine-Repórter Semanário Cinematográfico*, um periódico especializado em cinema que circulava entre produtores, distribuidores e exibidores. Não há pesquisas anteriores sobre essa publicação, que foi importante para o universo cinematográfico paulista e brasileiro, e tem a Móveis CIMO S.A. como uma das principais anunciantes, além de reportagens e notícias sobre a fábrica, evidenciando uma relação estreita entre os Zipperer e Antenor Teixeira, fundador e editor do jornal. Apresento a trajetória do

periódico e seu papel na comunicação do setor cinematográfico, explorando sua pauta editorial e o perfil de anunciantes, incluindo a principal concorrente da Móveis CIMO S.A., a BRAFOR. Além disso, outras publicações são levadas em conta, como a *Revista O Exibidor*, a *Revista Acrópole*, especializada em arquitetura a *Revista Móveis CIMO*. O capítulo enfatiza como a publicidade e as redes comerciais construíram a identidade da empresa dentro do mercado exibidor.

O terceiro capítulo, *Entre salas e espaços: móveis como dispositivo*, aprofunda a relação da Móveis CIMO S.A. com o mercado exibidor cinematográfico, defendendo que a empresa consolidou sua atuação ao construir um discurso que posicionava o mobiliário como parte essencial da experiência cinematográfica, como produto técnico mas também estético, como visto no acervo publicitário, que articulava a Móveis CIMO S.A. com o próprio cinema enquanto arte. Argumento aqui que as poltronas não eram apenas itens funcionais, mas elementos que asseguravam a continuidade e a sofisticação da arte cinematográfica. A análise inclui a publicidade da empresa, sua inserção na expansão dos cinemas no Brasil e os contratos firmados no período. Além disso, investigo o papel do Estado na regulamentação e incentivo à exibição cinematográfica e suas consequências para a produção e comercialização das poltronas.

Por fim, o quarto capítulo, *Entre festas e memórias: móveis como celebração*, analisa a participação da Móveis CIMO S.A. no IV Centenário de São Paulo em 1954, evento no qual a empresa teve um papel relevante ao fornecer mobiliário para o auditório temporário que sediou as apresentações do Ballet do IV Centenário. Com base em um diverso corpo documental, fontes impressas, audiovisuais e registros arquivísticos, discuto como essa parceria reforçou a imagem da empresa e contribuiu para sua legitimação dentro do setor cultural e empresarial da capital paulistana e um dos maiores polos compradores da Móveis CIMO S.A.

1 ENTRE REDES E ACORDOS: MÓVEIS COMO ESCOLHA

“É hora, portanto, de decantar.”

François Dosse

“O marceneiro acompanha o homem desde o berço à sepultura”

Autoria desconhecida

No dia 27 de fevereiro de 1954, um sábado, às 10 horas da manhã, ocorreu a cerimônia de instalação do município de Rio Negrinho, localizado no norte de Santa Catarina, divisa com o estado do Paraná (distante aproximadamente 116 Km de Curitiba e 254 Km de Florianópolis/SC).

Rio Negrinho era um distrito de São Bento do Sul/SC, quando, pela lei municipal nº 25 de 13 de dezembro de 1953 teve parte de seu território desanexado e assim foi emancipado.³⁹ Alguns dias depois o município foi reconhecido pela lei estadual nº 133 de 30 de dezembro de 1953.

A ata de instalação de Rio Negrinho narra uma reunião que ocorreu no Salão Nobre da Intendência Distrital (edifício que seria convertido na sede da prefeitura), com a presença registrada de 21 homens: o prefeito de São Bento do Sul, o juiz de direito e o promotor público (que representavam a Comarca), o intendente e o subdelegado (funções locais de Rio Negrinho) e o prefeito nomeado de forma provisória, além de 15 convidados.

Evidentemente não foi um evento de caráter popular: Rio Negrinho continuou seu ciclo de sociabilidade, trabalho e cotidiano naquele dia. O ato público tampouco foi noticiado nos jornais locais ou do estado.

³⁹ As referências sobre o processo de emancipação, apesar de não citarem fontes, se aproximam em um relato comum de que o movimento emancipacionista alegava que havia poucos investimentos no distrito de Rio Negrinho por parte de São Bento do Sul, enquanto a arrecadação proveniente da Móveis CIMO S.A. era muito alta (PEYERL; MELO JÚNIOR; GUSSO, 2022, p. 39; HISTÓRIA, 2019). Há, também, o argumento que o núcleo urbano de Rio Negrinho, com 3690 habitantes na década de 1950, havia superado o núcleo urbano de São Bento do Sul, com 2712 habitantes (MAFRA, 2017, p. 144).

Segundo o hábito do protocolo em tais cerimônias, houve uma rodada de discursos de algumas autoridades presentes: em primeiro lugar, o prefeito recém-empossado no cargo provisório, Henrique Liebl, seguido pelo promotor público.

Os teores dos discursos foram próximos: o reconhecimento da importância da criação do município e dos políticos e cidadãos envolvidos nesse processo, e agradecimentos a assembleia e ao governo estadual. A última fala foi proferida pelo mestre de cerimônia, que leu o ato de exoneração do intendente distrital.

Foi um evento comum da política administrativa do Brasil e que deve ter passado por um rito semelhante em outros municípios, inclusive na forma e no conteúdo do que foi escolhido para ser transcrito na ata. No entanto, mesmo sendo uma cerimônia prosaica, houve uma situação específica que interessa aqui.

Após todas as exposições, uma pessoa que não possuía um cargo eletivo ou ao menos era nomeado para cumprir função pública naquele momento, tomou a palavra e pronunciou um discurso mencionado na ata do evento, como é possível observar abaixo:

Usou, a seguir, da palavra o Sr. Martin Zipperer que, em breves mas expressivas palavras, disse da satisfação que sentia pela criação do nosso município, e pediu o conagraçamento de todos para levar a Comuna à senda do progresso, da harmonia e da ordem (KORMANN, 1980, p. 119).

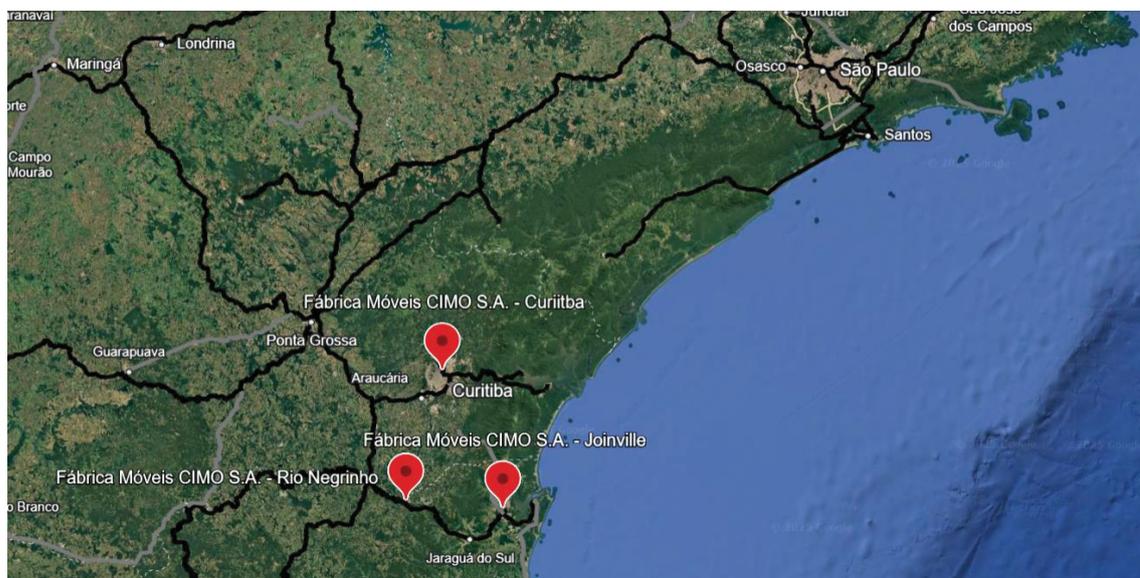
Martin Zipperer (1890-1971), no ano de 1954, era diretor-superintendente da Móveis CIMO S.A., empresa que foi fundada em 1912 a partir da sociedade entre seu irmão Jorge Zipperer (1879-1944) e Willy Yung (1879-1919).

No momento da criação do município de Rio Negrinho, a fábrica era uma das principais fornecedoras de mobiliário para salas de cinema e casas de espetáculos no Brasil, como também de escolas e universidades, escritórios particulares e repartições públicas federais, além de ter um diversificado catálogo de móveis residenciais. A empresa possuía plantas fabris em três cidades (figura 6): Rio Negrinho, Joinville e Curitiba, interligadas a linhas férreas (traçados pretos na figura 6) e com acesso aos portos de São Francisco do Sul, Paranaguá e Santos.

Esse episódio desvela diversas camadas existentes nas relações entre agentes públicos e as elites empresariais na formação e administração de algumas

idades do Brasil, prática comum desde os primeiros anos da república, em que questões do bem público eram confundidas com interesses privados, individuais ou familiares.⁴⁰

FIGURA 6 - LOCALIZAÇÃO DAS PLANTAS FABRIS



FONTE: FONTE: Imagem extraída do Software Google Earth®. 08 set. 2025.

Analisar esse evento também auxilia na compreensão sobre a construção da memória de Rio Negrinho, pautada, em grande medida, pela atuação da Móveis CIMO S.A. e pela família Zipperer.⁴¹ Atualmente, ao caminhar pela cidade, ruas, praças e colégios levam o nome de Jorge ou Martin Zipperer, além de lugares da memória preservados, como é o caso da chaminé da Móveis CIMO S.A.⁴²

⁴⁰ Jorge Zipperer foi vereador nas legislaturas de 1919 a 1922 e 1923 a 1926 em São Bento do Sul. Ele elaborou o projeto de lei para tornar a vila de Rio Negrinho em distrito, que foi aprovado em 1925 e tornou-se a Lei municipal nº 155 de 13 de dezembro de 1925 (PEYERL; MELO JÚNIOR; GUSSO, 2022, p. 42).

⁴¹ No decorrer da pesquisa tive a oportunidade de fazer duas visitas ao Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. Em agosto de 2022 passei um dia na cidade para conhecer parte do acervo e sua organização, além de conversar com o responsável pelo arquivo. Em outubro de 2023, com recursos PROEX, consegui realizar uma pesquisa de três dias no acervo, além de ter conhecido espaços como a estação ferroviária e o cemitério municipal. Também foi possível fazer uma breve visita ao Arquivo Histórico Municipal de São Bento do Sul.

⁴² Um dos remanescentes do patrimônio edificado da Móveis CIMO S.A. é a chaminé da planta fabril de Rio Negrinho. A fábrica foi demolida na década de 1980, após a falência da empresa, e no espaço foi construído o novo prédio da prefeitura (o que é curioso, pois o local escolhido para a sede do poder municipal passou a se relacionar diretamente com a memória da fábrica). A chaminé foi tombada pela prefeitura de Rio Negrinho pelo Decreto nº 15204, de 21 de março de 2023 (RIO NEGRINHO, 2023).

A presença de Martin Zipperer na cerimônia de instalação do município de Rio Negrinho, sendo o único orador sem cargo eletivo⁴³ ou nomeado a tomar a palavra, possivelmente representando o grupo empresarial da cidade recém-criada, deveu-se a um processo de décadas para a construção e afirmação de uma imagem de agente político e econômico da região.

Não pretendo elaborar uma história da Móveis CIMO S.A. em uma perspectiva da história empresarial, nem analisar o processo de sua criação no contexto da produção moveleira de fins do século XIX e início do século XX, empreitada já realizada por Maria Angélica Santi na obra *Mobiliário no Brasil: origens da produção e da industrialização*.

Nesses primeiros passos pretendo mapear atuações de indivíduos e formações de redes de amizades, afetos, negócios, intenções, interações e intervenções, que possibilitaram a criação da Móveis CIMO S.A., seu desenvolvimento e constituição das relações com o mercado exibidor cinematográfico na cidade de São Paulo.

Parto de um ponto, no entanto, que compreende o indivíduo em uma perspectiva múltipla, não linear e contraditória. A partir da frase exposta na epígrafe desse capítulo, expressa por François Dosse (um pesquisador que se dedica ao debate entre História e a escrita biográfica), busco, nesse processo, decantar o percurso de pesquisa a partir de escolhas que possam levar a uma reflexão das relações entre indústria moveleira e exibição cinematográfica, tendo no horizonte as “lacunas na documentação” e a imaginação dedutiva do historiador (DOSSE, 2015, p. 16).

Nesse sentido, é necessário aprofundar alguns traços biográficos de Martin Zipperer que ainda foram pouco explorados pela historiografia, buscando a compreensão de parte de sua formação no ramo da marcenaria e no comércio de madeiras, assim como sua experiência nas etapas de projeto, produção e comercialização de móveis – uma vez que é atribuído a ele a realização dos desenhos do mobiliário. Farei, assim, um movimento entre a biografia de pessoas e a biografia de coisas (como observado por Igor Kopytoff, a partir do texto mobilizado na introdução) (KOPYTOFF, 2008).

⁴³ Martin Zipperer foi eleito vereador para a legislatura de 1936 a 1939, em São Bento do Sul (MAFRA, 2017, p. 109).

Essas etapas foram simultaneamente constituídas a partir de redes de relações variadas: agentes públicos e partidos políticos, importadores, representantes comerciais, proprietários de grandes circuitos exibidores e de pequenas salas de bairro, a imprensa especializada e de grande circulação, construtores, engenheiros e legisladores, ou seja, complexas ligações pessoais e institucionais. Para investigar as escolhas que o levaram a opção pela poltrona de cinema como nicho principal da Móveis CIMO S.A. é essencial esmiuçar tais interlocuções.

1.1 MAPEAR VIDAS

Parte do debate acerca das reflexões entre História e biografia foi aprofundado na coletânea intitulada *O que pode a biografia*, organizada por Alexandre de Sá Avelar e Benito Bisso Schmidt, publicada em 2018. Como exposto pela afirmação do próprio título da obra, há na escrita biográfica uma potencialidade para os estudos históricos.⁴⁴

Os autores, na apresentação do livro, expressam questionamentos a respeito dos meandros da pesquisa e da escrita biográfica, uma vez que ao longo da história é comum encontrar-se com uma longa lista de obras que desenvolveram conteúdos heroicos sobre a vida supostamente integral de um indivíduo.

Abordar uma vida, em seus contornos, contradições e dilemas, demanda uma escrita que seja capaz de percorrer toda a existência do personagem, desde o seu nascimento? Refinando a pergunta talvez de modo já impertinente, poderíamos indagar se este percurso cronológico, de ambição totalizante, poderia, de fato, nos conduzir a uma compreensão global da vida do biografado? Poderíamos pensar em formas narrativas situadas em fragmentos, descontinuidades e representações dos nossos personagens? A biografia de um indivíduo poderia ser melhor compreendida se entrelaçada a de outro? (AVELAR; SCHMIDT, 2018, p. 12).

⁴⁴ Diferente de outros textos sobre o assunto, e citados na própria coletânea, que a partir de seus títulos orientam certa cautela na relação entre a biografia e a história, como *O Desafio Biográfico*, de François Dosse. Esse cuidado, no entanto, está localizado em um contexto de que questões teóricas e de abordagens em que “a legitimidade do gênero biográfico na atualidade parece sempre estar acompanhada de incertezas e desconfianças” (AVELAR; SCHMIDT, 2018, p. 10).

Tais perguntas são interessantes para mobilizar relações práticas da História com a biografia. Afinal, além de ser inexecuível percorrer vidas em uma perspectiva histórica de modo total, a depender da pessoa biografada, há poucas fontes, e o acesso pode ser demasiado escasso.

A ampliação das possibilidades de pensar que uma vida é dinâmica, portanto, fragmentária, contraditória e confusa (com afinidades, hesitações, medos – sentimentos que, na maioria das vezes, não são registrados) pode levar a uma análise fecunda do personagem e suas relações sociais.

Essa discussão também é apontada por Deivy Ferreira Carneiro, em um dos textos da mesma coletânea. O autor investiga o papel da micro-história italiana e a metodologia da *social network analysis* (Análise de Redes Sociais, também conhecida por sua sigla em português ARS) na escrita biográfica. A partir do pensamento do historiador francês Jacques Revel, Carneiro argumenta que ao estar diante de fontes, observa-se vidas de agentes que

tiveram o **sentimento de escolha** entre diversas soluções. E a gama desses **possíveis** em que atuariam esses sujeitos não seria arbitrária: ela seria socialmente construída no sentido de revelar uma representação do espaço social que é, por si mesma, social, e que coloca à mostra recursos e dificuldades que os indivíduos e os grupos estimam superar (CARNEIRO, 2018, p. 35, grifos nossos).

Esses “possíveis” que são explicitados por Carneiro podem também ser compreendidos como oportunidades vividas a partir de contextos do indivíduo, densidades das relações estabelecidas (e os interesses em jogo), os engajamentos e os limites. Para aprofundar essa questão, há também expressiva contribuição para a micro-história italiana o arcabouço teórico do norueguês Fredrik Barth. Carneiro avalia a interdependência do sujeito, mostrada por Barth, em diversas esferas, pois há uma compreensão

dos indivíduos como pertencentes a grupos e redes sobrepostas com fronteiras fluidas, com relações sociais mais ou menos instáveis, fazendo uso de status (obrigações, direitos e limites) diferentes em cada situação específica, lançando mão de diferentes esquemas interpretativos a todo momento, construindo mundos diferentes mesmo vivendo juntos (CARNEIRO, 2018, p. 40).

Para Carneiro (a partir de Revel e Barth), investigar os sujeitos em sua esfera de interdependência (individual ou coletiva) significa levar em conta a rede que compõe seu contexto social e econômico (o que pode limitar ou encorajar algumas relações). Assim, torna-se possível “mapear” (ou seja, ajustar a escala) como e porque o(s) sujeitos(s) fizeram tais escolhas (CARNEIRO, 2018, p. 40).

Esses ajustes de escalas são essenciais para a pesquisa e escrita de uma biografia que, por inúmeras razões, afasta-se do modelo heroico, linear, com intenção de um mapeamento integral, e opta por uma perspectiva do homem comum (ainda que pertencente a grupos que gozam de certos privilégios), não-linear e fragmentado.

Se a narrativa da biografia tradicional descreve um sujeito com uma personalidade coerente e estável, que realiza ações sem hesitar, que não possui áreas inertes, lacunas, sombras e se desdobra em um tempo linear, **a narrativa biográfica na perspectiva microanalítica reconstituiria a superfície social sobre a qual o indivíduo age, em uma pluralidade de esferas com inúmeras racionalidades específicas**. Desse ponto de vista, observamos um indivíduo que atua em esferas sociais distintas, com inúmeras escolhas e possibilidades de estratégias para lidar com suas múltiplas interações, e que, na verdade, **não tem uma percepção clara de si** (CARNEIRO, 2018, p. 41, grifos nossos).

Assim, o indivíduo pode ser lido em sua interação social (que abrange uma infinidade de relações, em diversos aspectos, com mais ou menos intensidade e densidade) a partir da metodologia da Análise de Redes Sociais. Ainda, segundo Carneiro,

do ponto de vista metodológico [...], a análise das redes sociais (network analysis) revela a vantagem de que **é possível observar os modos de ação, frequentemente disjuntos, pelos quais os agentes devem se orientar. Isto oferece um meio de examinar mais sistematicamente a estrutura e a densidade do espaço social em que se inserem.** Obviamente que não teremos acesso a todo o universo de possíveis e às inúmeras estratégias adotadas por estes agentes, devido ao caráter incompleto de qualquer documentação e, mais do que isso, porque nos é impossível tal percepção devido à complexidade do social. Todavia, num contexto específico, conseguiremos **perceber os possíveis que foram efetivamente colocados em prática.** Desta forma, mais que o homem comum, tais historiadores [vinculados à micro-história] mostram que o fundamental numa biografia é revelar a **multiplicidade da interação.** Esse homem comum é também múltiplo, com inúmeros 'eus' revelados pela documentação e inferidos pela interpretação e imaginação do historiador (CARNEIRO, 2018, p. 42-43, grifos nossos).

Esse aprofundamento inicial acerca da escrita biográfica em uma perspectiva histórica e microanalítica interessa porque Martin Zipperer transitava em diferentes direções (como a ata de instalação de Rio Negrinho revela), e por conta da documentação presente em diferentes arquivos e coleções (ainda que com muitas lacunas), é possível observar suas escolhas, relações e processos na profissão de projetar e comercializar móveis, assim como dirigir uma fábrica. Assim, busco chegar o mais próximo possível da compreensão dessa “multiplicidade” de interações.

A escolha para enfatizar a figura de Martin Zipperer entre os irmãos ocorreu por diferentes motivos. Parte dos trabalhos sobre a Móveis CIMO S.A. priorizaram a personalidade de Jorge Zipperer, pois sua documentação está mais bem sistematizada. No Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho, só há pastas com a documentação de Jorge Zipperer,⁴⁵ e o que há de informações sobre Martin são provenientes de cartas que ele trocou com Jorge ou quando ele é citado em outros documentos (o que, de todo modo, é um material bastante valioso).⁴⁶

Somado a esse fator, a questão da construção da memória da cidade também merece atenção. Jorge Zipperer é geralmente representado (em notícias, em textos e livros de memorialistas, blogs etc.) como o fundador da Móveis CIMO S.A., empresário de sucesso e engajado politicamente. Martin Zipperer, por outro

⁴⁵ Há relatos, não confirmados, de que a documentação pessoal de Martin Zipperer foi incinerada após sua morte, mas sem qualquer confirmação.

⁴⁶ Não é a intenção, no entanto, equilibrar essas narrativas, mas observá-las no que se escreveu sobre Martin Zipperer, e problematizar sua atuação na fábrica sob outros ângulos.

lado, é descrito a partir de outros aspectos nas narrativas sobre a fábrica. Seus atributos geralmente estão relacionados ao do técnico, do inventor, do projetista (essenciais para a produção, mas relegados na memória pública).

De um modo geral, as pesquisas sobre a Móveis CIMO S.A. e seus assuntos tangentes (como o mobiliário escolar, por exemplo), possuem grande aprofundamento metodológico, mas naturalizaram o processo de formação de Martin Zipperer e sua adesão ao convite de Jorge para assumir o projeto do mobiliário.

A carreira de Martin Zipperer no ramo da marcenaria possui distintas versões, que ora são convergentes, ora são divergentes; ora se complementam, ora se contradizem. Maria Angélica Santi fez um breve levantamento de algumas de suas experiências. Conforme a pesquisadora, Martin Zipperer

aprendeu o ofício de marceneiro na oficina de Francisco Linke, em São Bento do Sul (na época, apenas São Bento) entre 1903 e 1906, viajando, após a sua formação, como orientava seu pai [Josef Zipperer], entre 1907 e 1910, para Joinville, Curitiba e, finalmente, para São Paulo, onde permaneceu por onze anos entre 1910 e 1921 (SANTI, 2013, p. 210).

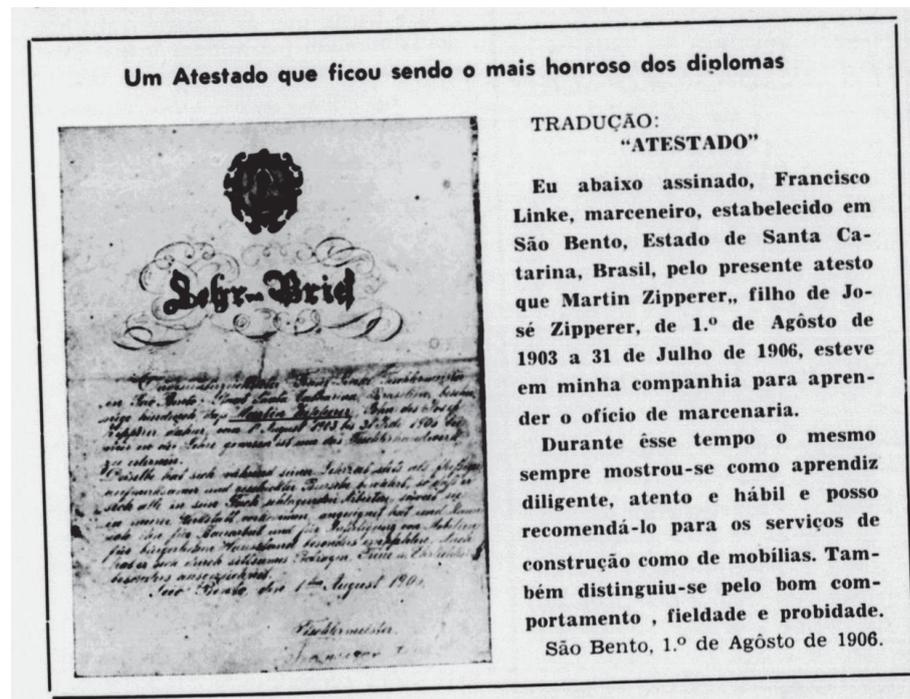
Um dos textos com mais dados sobre Martin Zipperer, cedidos pelo próprio biografado, foi publicado na *Revista A Divulgação*, editada em Curitiba, em uma série intitulada “Os que realizam o progresso do Paraná”⁴⁷, no número de fevereiro de 1955.

São duas páginas dedicadas à sua biografia, inclusive detalhando a passagem pela oficina de Francisco Linke, como a data inicial de seu ofício de aprendiz, 1º de agosto de 1903 (tinha, então, 13 anos) e a data final, 31 de julho de 1906 – completando, assim, três anos como aprendiz; os produtos em que trabalhava, como berços, mobília residencial, portas, janelas e assoalhos e até mesmo caixões; e a reprodução do seu diploma de aprendiz (figura 7), traduzido pela própria revista⁴⁸ (OS QUE REALIZAM, 1955, p. 20).

⁴⁷ Inclusive, nessa mesma matéria, há uma nota que diz que essa série faria parte de um livro chamado História da Evolução Econômica do Paraná. No entanto, talvez esse livro não chegou a ser publicado, pois não foi encontrado em nenhuma base de dados.

⁴⁸ É possível verificar que há algumas imprecisões e simplificações na tradução. O título, por exemplo, estaria mais correto se traduzido para “Certificado de Aprendizagem”.

FIGURA 7 - REPRODUÇÃO DO DIPLOMA DE MARTIN ZIPPERER



FONTE: A Divulgação, fev. 1955, p. 21. HDB.

De fato, tal prática era encorajada na família Zipperer. Josef Zipperer, pai de Martin, no livro *São Bento no Passado: Reminiscências da época da fundação e povoação do município*, relatou como era comum a contratação de aprendizes de ofício entre os imigrantes, também comentada por Santi. Mesmo que não escrito diretamente sobre seu filho Martin Zipperer, o tempo de experiência coincide com o que foi passado na oficina de Francisco Linke.⁴⁹

⁴⁹ Antônio Dias Mafra, pesquisador da região do Alto Vale do Rio Negro, em que as cidades de São Bento do Sul e Rio Negrinho estão localizadas, pontua que Francisco Linke (Franz Linke) teve sua empresa de marcenaria registrada desde 1898. Para Mafra, esse registro significava que a atividade de marcenaria "passou a ser mais importante para eles que a agricultura e valia a pena a dedicação exclusiva ao setor" (MAFRA, 1993, p. 32).

Aprender um ofício naquela época era coisa importante. Um contrato entre os pais do aprendiz e o mestre de ofício era feito, comprometendo-se o aprendiz a permanecer de 3 a 4 anos no aprendizado, enquanto que aos pais cabia o dever de fazer uma caução de 100 mil reis, ou mais, como garantia que o filho fizesse o período de aprendizagem, caso contrário a caução era perdida. [...] Após êsses 3 ou 4 anos, então era-se considerado oficial de ofício. O rapaz tinha-se tornado homem, [...] poderia formar o seu futuro com um trabalho bem remunerado e ser um dia mestre de sua própria oficina. Sua vida estava garantida (ZIPPERER, 1954, p. 77).

A matéria também relata que Martin passou por Joinville em 1907, mas não aprofundou detalhes sobre sua vida profissional. Em sua passagem por Curitiba⁵⁰ em 1908, enfatizou questões urbanas e a pujança do mercado da marcenaria, uma vez que Martin Zipperer tinha bons rendimentos nesse período. O texto inclusive dá ênfase nas construções dedicadas a espetáculos, como o Cinema Coliseu e o Theatro Guayrá, e a ida de Martin Zipperer a esses locais para assistir a espetáculos (talvez nesse período ele já estudava o conforto das poltronas).

O texto continua e pontua que em 1908 Ziperrer passou a fazer parte do quadro social da *Handwerker Untertütungs Verein* (Sociedade Beneficente dos Artífices), fundada em 1884: um clube de alemães e descendentes (FABRIS, 2014, p. 40). É possível que nesse círculo Martin tenha conhecido a família de Raymundo Egg, um importante representante e que será uma peça central na formação da Companhia Industrial de Móveis.

O período de sua instalação em São Paulo, por outro lado, abarca mais relatos, e, em certa medida, podem ser confrontados com a documentação levantada.

Santi revela, a partir de dados de um artigo da *Revista Moveleiro Móveis & Design*, que um dos motivos da ida de Martin Zipperer para a capital paulista pode ter sido para uma tentativa de ingresso no Liceu de Artes e Ofícios, mas que não há documentação que comprove tal afirmação. Apenas em uma entrevista concedida por um ex-funcionário afirmou-se que Martin não foi aluno, mas instrutor de marcenaria, mas que também não há fontes acerca desse tema (SANTI, 2013, p. 211).⁵¹

⁵⁰ Tanto Joinville como Curitiba abrigarão, a partir da década de 1940, fábricas da Móveis CIMO S.A., talvez pela gênese de relações formadas nessa fase inicial.

⁵¹ No dia 4 de fevereiro de 2025 entrei em contato com o Centro Cultural do Liceu de Artes e Ofícios de São Paulo (CCLAO) para procurar mais informações sobre registros de antigos alunos e

Ainda segundo Maria Angélica Santi, a partir de registros de Jorge Zipperer, “Martin trabalhou no ofício de marceneiro em mais de uma firma, ocupando uma posição de relevo numa importante fábrica, a Blumenschein & Cia.”. Logo em seguida, a partir de um texto autoral de Martin Zipperer, Santi revela que ele também dirigiu a firma A Residência, no período, com 150 operários (SANTI, 2013, p. 210).

Já Fernando Henrique de Almeida, também com dados da publicação *O Moveleiro Móveis & Design*, afirma que Martin Zipperer em “1910 decide mudar-se para São Paulo, onde fica por 10 anos trabalhando em uma fábrica de móveis denominada ‘MacDonalds’”,⁵² local em que coordenava, também, 150 trabalhadores (ALMEIDA, 2021. p. 66).

O próprio Martin Zipperer faz alguns apontamentos acerca de sua carreira. Em *Reminiscências do ano 1921*,⁵³ publicado no *Informativo CIMO e ASSOCIMO*,⁵⁴ ele diz que em 1918 “tinha uma pequena Oficina de Móveis em São Paulo” (ZIPPERER, 1973, p. 2).

Esse conjunto de registros sobre o período que Martin Zipperer trabalhou na capital paulista, apesar de não aprofundar algumas questões importantes, é um ponto de partida que colaborou na pesquisa das fontes. Infelizmente, não foi possível verificar informações básicas, tais como: em quais períodos Martin Zipperer esteve em cada empresa? Foram experiências simultâneas ou em ciclos delimitados? Quais foram seus cargos?

Inicialmente é necessário elucidar que as firmas Blumenschein & Cia. e a fábrica A Residência, ambas mencionadas por Santi, não são duas empresas diferentes. A Blumenschein & Cia. era uma casa importadora e que comercializava artigos de luxo. A partir de 1912 há registros do funcionamento da fabricação e

profissionais, e, mais especificamente, sobre uma possível passagem de Martin Zipperer. A pesquisadora Fernanda Carvalho, coordenadora do acervo histórico, fez uma busca no que restou da documentação da instituição: “procedemos as buscas por referências a Martin Zipperer nos instrumentos da Secretaria Escolar, nos livros remanescentes de matrículas das aulas de desenho relativos aos anos de 1906 e 1911-1917 e nas séries de registros de empregados das oficinas e nada encontramos” (CARVALHO, 2025).

⁵² Como exposto adiante, a grafia correta da empresa é Macdonald & Cia.

⁵³ Não tive acesso a versão datilografada do texto, mas apenas a versão publicada de forma fragmentada, 2 anos após sua morte, em 1973.

⁵⁴ A Associação dos trabalhadores da Móveis CIMO (ASSOCIMO) foi criada em 1970. Segundo Fernando Henrique de Almeida, que em sua dissertação de mestrado investigou a ASSOCIMO, a entidade tinha duas associações com o mesmo nome, tanto em Curitiba, como em Rio Negrinho. O Informativo CIMO e ASSOCIMO, no entanto, era redigido e impresso pela associação de Rio Negrinho, mantido pela entidade com auxílio da fábrica (ALMEIDA, 2021, p. 103).

venda de móveis, sob o nome de A Residência, como é possível verificar no anúncio publicado no jornal Correio Paulistano, de dezembro daquele ano (figura 8).

FIGURA 8 - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA EMPRESA A RESIDÊNCIA

A RESIDENCIA
S. Paulo — Praça da Republica
 Teleph., 3524 — End. Electr. "Mobilia., — Caixa Postal, 1185

MOBILIARIOS
 de todos os estylos: desde os mais simples até os
 mais luxuosos; execução caprichosa

AMEUBLEMENTS COMPLETS
 para casas particulares, palacetes, clubs, hotéis, etc. Trabalho artistico executado em nossas proprias officinas de marcenaria, esculptura, laqué, douração, estofação e decoração

A pedido encarregamo-nos de fornecer dezenhos e orçamentos para tudo que diz respeito a decoração e mobiliamento de uma habitação.

GRANDE STOCK
 de Tapetes, Fazendas para Moveis e Decoração,
 Cortinas, Pannos para mesa, etc.

PEDEMOS VISITAR O NO-SO ESTABELECIMENTO:
BLUMENSCHIEIN & C.^{IA}
 Fabrica: R. Dr. Fausto Ferraz, 11 e 13 - Paraíso
EXPOSIÇÃO: PRAÇA DA REPUBLICA, 4

FONTE: Correio Paulistano, 10 dez. 1912, p. 11. HDB.

Não há registros sobre os funcionários da empresa, logo, não é possível confirmar o número de empregados na fábrica. De todo modo, sua passagem pela A Residência o colocou em um circuito bastante singular e especializado da marcenaria e projeto de mobiliário da década de 1910 em São Paulo, pois é possível observar, a partir de anúncios publicitários, que a firma servia a um público de segmentos médios paulistanos e espaços como clubes e hotéis.

O endereço da exposição do mobiliário, na Praça da República, revela a estratégia em suprir a demanda de uma parcela dos consumidores da área central e bairros em formação como Santa Cecília, Higienópolis, Consolação e Campos

Elísios, locais de intensas transformações urbanas desde a virada do século, além da região da Avenida Paulista (OLIVEIRA, 2009, p. 179).

A pesquisadora Vânia Carneiro de Carvalho destaca que as elites paulistanas, nesse período, ainda buscavam a compra de móveis e outras peças de luxo no mercado Europeu, além das encomendas a partir de casas importadoras (CARVALHO, 2008, p. 127).

Para o público que procurava consumir itens que tinham como modelo a produção europeia, a pesquisadora também avalia o surgimento de uma indústria nacional com meios de suprir tal demanda.

A produção nacional não era desprezível. Várias lojas com marcenaria própria produziram móveis de 'estilo', que eram réplicas daqueles consumidos na França e Inglaterra, e trabalhavam com estofamentos, capas, cortinas, reposteiros e tapetes, **muitas associando a atividade de importação com a produção nacional**. Seus estabelecimentos mantinham exposição permanente e utilizavam catálogos. A possibilidade da encomenda e as sugestões de preços módicos provavelmente facilitaram a adaptação do consumo de alto padrão aos bolsos dos segmentos com padrão aquisitivo moderado (CARVALHO, 2008, p. 127, grifo nosso).

O caso da Blumenschein & Cia., que, inclusive, também foi analisado por Carvalho, tinha as características de uma empresa que atuava diretamente na importação, inclusive de mobiliário, e mantinha, concomitantemente, uma produção local de móveis na A Residência.

Também houve um grande fluxo de anúncios publicitários na revista *A Cigarra*, a partir de 1915.⁵⁵ Os anúncios da A Residência geralmente ocupavam integralmente a primeira página da revista (indicativo de que havia um alto investimento em publicidade), espaço disputado com empresas do porte da loja *Mappin Stores*, por exemplo.

⁵⁵ A *Cigarra* foi lançada em 1914 e tinha uma periodicidade quinzenal. Circulava na capital paulistana e em algumas cidades do interior de São Paulo, como Campinas e Ribeirão Preto, além de outras capitais, como Curitiba e Rio de Janeiro. Foi fundada pela firma Gelásio Pimenta & Cia. Apresentada como uma revista de variedades, a publicação cobria eventos sociais de segmentos médios e das elites de São Paulo, desenvolvia conteúdo sobre decoração, artes plásticas, música, teatro e poesia e lançava matérias acerca do cotidiano da vida paulistana, desde pautas políticas e sociais, como textos sobre a Primeira Guerra Mundial, a urbanização das cidades brasileiras. A revista circulou até 1975, sendo uma longevidade elevada considerando o mercado editorial brasileiro (BRAGLIA, 2011, p. 29).

As peças publicitárias geralmente se dirigiam à comercialização de móveis residenciais (não por acaso a empresa se chamava A Residência), com croquis representando ambientes montados, como salas e quartos, e eram direcionadas a noivos e jovens casais, como é possível observar no anúncio (figura 9), ainda que, ocasionalmente, também se colocava a possibilidade para orçamentos a estabelecimentos comerciais e espaços coletivos, como restaurantes, clubes e hotéis (conforme figura 8). Nota-se a grande profusão de ornamentos no mobiliário desse anúncio.

FIGURA 9 - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA EMPRESA A RESIDÊNCIA



FONTE: A Cigarra, 19 abr. 1916, p. 4. Arquivo Público do Estado de São Paulo.

Um dos assuntos tratados na *Revista A Cigarra* foi a primeira Exposição Industrial da Cidade de São Paulo. Inaugurada em setembro de 1917 e organizada pela prefeitura da cidade, o evento tinha inspiração nas Exposições Universais, que ocorriam desde a segunda metade do século XIX, e que, entre diversas

características, enfatizavam as “estratégias para enraizar determinadas imagens do imaginário burguês como da harmonia entre as nações, do progresso ilimitado, da potencialidade da indústria e da civilização” (LIMA, 2012, p.10).

Na edição de 31 de outubro de 1917, nº 78, a revista dedicou grande parte de suas páginas à exposição.⁵⁶ Alguns expositores foram escolhidos para compor a notícia, com fotografias do seu mostruário de produtos e um breve texto acerca da empresa.

A Residência esteve presente para representar a indústria moveleira paulista, além do Liceu de Artes e Ofícios, e foi uma das veiculadas (figura 10), com um ambiente ornado de papéis de parede, folhas que simulavam uma janela e ao centro uma sala de jantar, seguida da legenda: “uma das fabricas de moveis e tapeçarias mais conhecidas e reputadas de S. Paulo, não só pelo gosto e acabamento dos seus trabalhos, como também pela materia prima empregada na confecção dos mesmos” (A EXPOSIÇÃO, 1917, p. 51).

No ano seguinte, em 1918, a prefeitura de São Paulo repetiu a empreitada e realizou a segunda Exposição Industrial. Com um aumento significativo de expositores, inclusive no ramo moveleiro, *A Cigarra* acompanhou a divulgação do evento em suas páginas.

O nº 101 da revista chegou a quase 100 páginas para noticiar a exposição, os seus contornos políticos e sociais, além de trazer fotografias dos mostruários. A Residencia aumentou sua área expositiva, passando de um para dois ambientes montados (um quarto e uma sala de jantar), e fez o investimento em comunicação visual como é possível verificar no letreiro. Além disso, teve uma página exclusiva na *A Cigarra* (figura 11). Na legenda da imagem inferior é possível ler “outra mobília, esta em Modelo Inglez, de embuia, também sahida das importantes oficinas da ‘Residencia’” (EXPOSIÇÃO, 1918a, p. 61).⁵⁷

⁵⁶ A pesquisadora Maria de Lourdes Euletério, no texto *Imprensa a serviço do progresso*, destaca justamente esse fenômeno entre as décadas 1910 e 1930, em que a imprensa brasileira “resultou em segmento polivalente, de influência na otimização dos demais, isto é, da lavoura, comércio, indústria e finanças, porque as informações, a propaganda e publicidade nela estampadas influenciavam aqueles circuitos, dependentes do impresso em suas variadas formas” (EULETÉRIO, 2021, p. 84).

⁵⁷ Ao longo do texto será adotada a grafia original das fontes primárias, mesmo que incorretas em relação a norma culta vigente.

FIGURA 10 - A RESIDÊNCIA NA EXPOSIÇÃO INDUSTRIAL DE SÃO PAULO



FONTE: A Cigarra, 31 out. 1917, p. 51. Arquivo Público do Estado de São Paulo

Para Vânia Carneiro de Carvalho, a referência ao “modelo inglês” poderia funcionar como uma forma genérica de rubrica de qualidade para os móveis, sobretudo quando direcionados a consumidores que não eram especialistas em mobiliário e estilos.

O que parece decisivo como móvel de prestígio no contexto paulistano era a possibilidade de identificá-lo a um conjunto de qualitativos genéricos como mobília de couro, ou dourada, ou ainda chic, artística, elegante, delicada, confortável ou lindíssima, que o vinculasse à categoria, igualmente genérica, dos móveis de estilo. A simplificação na referência a estilos franceses e ingleses decorre de um forte preconceito contra a tradição simples e nômade do mobiliário colonial paulistano e da condenação das linhagens de móveis de tradição lusitana, consideradas de mau gosto (CARVALHO, 2008, p. 153-155).

FIGURA 11 - A RESIDÊNCIA NA EXPOSIÇÃO INDUSTRIAL DE SÃO PAULO



FONTE: A Cigarra, 17 out. 1918, p. 61. Arquivo Público do Estado de São Paulo.

A pesquisadora Rosane Kaminski também pondera sobre a questão, em sua análise acerca das revistas curitibanas que circularam nas duas primeiras décadas do século XX. No contexto de novos parâmetros para a produção e consumo de imagens, inclusive a partir da publicidade, a historiadora afirma que a

transformação do ‘belo’ em mercadoria ao alcance dos consumidores não se dava apenas no âmbito das imagens coloridas das revistas, do vestuário e do entretenimento nas casas de diversões. Os anúncios de mobiliário e de objetos decorativos atestam que os ‘estilos do passado’ também poderiam ser comprados e consumidos (KAMINSKI, 2012, p. 257).

Um ponto relevante nessa discussão, é que os móveis mesmo sendo “de estilo”, eram fabricados em imbuia, uma madeira nativa brasileira. Essa espécie foi amplamente usada na fabricação de móveis desde a virada do século, encontrada com mais facilidade na região sul do Brasil, especialmente no Paraná e Santa Catarina.

A imbuia foi explorada exaustivamente na primeira metade do século XX, visto sua abundância.⁵⁸ Seu uso na fabricação de móveis era valorizado para trabalhos de alta precisão e pela alta possibilidade de acabamento, decorrente do tamanho das células, e pelo baixo coeficiente de contração que garantia menores índices de rachaduras quando exposta a diferentes climas. Além disso, a imbuia é uma madeira robusta, sendo necessário pouca matéria-prima para cargas de peso maiores, e é conhecida por sua alta durabilidade, mesmo em situações de umidade severa (ZAMONER, 2016; 2021).

O uso da imbuia, no contexto de produção na A Residência, também pode revelar a participação de Martin Zipperer, afinal, a imbuia era uma das principais extrações em Rio Negrinho naquele período, e comercializada, desde 1912, por seu irmão Jorge Zipperer.

Como supracitado, não há informações precisas acerca do tempo de atuação profissional de Martin Zipperer na A Residência, nem quais foram seus cargos. A empresa, na década de 1920, após a mudança de Martin para Rio Negrinho, gozava de prestígio na área de mobiliário e marcenaria. Entre uma de suas encomendas destaca-se a produção das peças da Bolsa Oficial de Café,⁵⁹ na cidade de Santos/SP. A obra foi confiada a Cia. Construtora de Santos, propriedade de Roberto Simonsen (1889-1948).⁶⁰

⁵⁸ Tanto que, depois de observada a exploração desenfreada da madeira imbuia, Martin Zipperer inaugurou um projeto de reflorestamento de madeira na região de Rio Negrinho: “[...] em 1932, no mesmo ano em que tem início a fábrica de compensado, numa iniciativa de vanguarda, começa o plantio de pinheiros (*Araucaria angustifolia*) e posteriormente de carvalho, imbuia e pinheiro português (*Pinus insignis*) em terreno próprio (SANTI, 2013, p. 315).

⁵⁹ Segundo o Relatório da Cia. Construtora de Santos de 19 de junho de 1922 sobre o andamento das obras, a procura pelo mobiliário da A Residência foi uma orientação do presidente da Bolsa Oficial de Café, Gabriel Orlando Teixeira Junqueira: “De acordo com as instruções de V. Ex. organizamos o projecto para mobiliário do salão principal da Bolsa e contractamos o fornecimento com a importante casa de São Paulo ‘A Residencia’, dos Snrs. Blumenschein & Cia. O mobiliario obedecerá o estylo e será feito em essencia rica do paiz” (CIA, 1922, p. 3-4).

⁶⁰ A Cia. Construtora de Santos foi fundada em 1912, por Roberto Simonsen. Em 1909 ele havia se formado em engenharia pela Escola Politécnica de São Paulo e atuava na diretoria geral da

Martin Zipperer, ao fazer parte da organização familiar Blumenschein & Cia, estava inserido em uma trama de conexões comerciais múltiplas, com envolvimento de agentes estatais (desde a promoção da indústria local), da imprensa de grande circulação e consumidores domésticos e institucionais.

Essas conexões também foram praticadas na outra empresa em que há registros de seu trabalho, a Macdonald & Cia., dirigida pelo empresário escocês E. J. Macdonald. A empresa, constituída na virada do século, tinha um perfil semelhante a Blumenschein & Cia., pois importava produtos da Europa, tais como máquinas de escrever, ferramentas, óleo de rícino e cilindros de oxigênio.

Na década de 1910 iniciou seu investimento em móveis fundando uma firma própria, conforme notícia do *O Estado de S. Paulo*, trazendo, na manchete, o nome da nova loja de móveis, a “Casa Britannia”:

A firma Macdonald & Comp., que ha cerca de tres annos explora nesta capital a indústria de fabricação de moveis, inaugurou hontem, à rua Libero Badaró, 59, uma secção de exposição permanente dos moveis trabalhados em suas officinas. Entre outras lindas mobílias hontem alli expostas havia as seguintes: uma, para sala de jantar, em estylo ‘chippendale’, com accessorios somente nacionaes, sendo a madeira imbuia [...] (CASA, 1919, p. 5).

Ou seja, a Casa Britannia, que produzia e comercializava o mobiliário da Macdonald & Cia. desde 1916, também utilizava a imbuia na reprodução a partir de modelos, nesse caso, com inspiração do estilo chippendale.⁶¹ É interessante notar que a própria reportagem enfatiza que os acessórios são nacionais, assim como a madeira, ratificando a ideia dessa circulação de um modelo reinterpretado a partir da possibilidade local, da qual Martin Zipperer participou.

prefeitura de Santos desde 1910. As diversas ligações políticas e sociais de sua família e as redes formadas por onde passou possibilitaram grandes contratos, entre eles, a da Bolsa Oficial do Café. A procura pela Blumenschein & Cia. foi em um contexto que a empresa precisou terceirizar serviços secundários na construção, como a marcenaria e mobília (BARBOSA, 2020, p. 180).

⁶¹ Thomas Chippendale (1718-1779) foi um marceneiro britânico que propagou um estilo a partir da sua produção e da publicação do livro *The Gentleman and cabinet-maker's Director. Being a large collection of the most elegant and useful designs of household furniture in the gothic, chinese and modern taste*, com diversas imagens de acabamentos e móveis, como camas, cadeiras, estantes. A pesquisadora Angela Brandão afirma que Chippendale foi uma importante referência, “em termos de produção e exportação de peças e de formas de mobília para o século XVIII luso-brasileiro”, como também responsável pela circulação de imagens a partir de “publicações ilustradas com gravuras de completo repertório de móveis” (BRANDÃO, 2010, p. 48).

A Macdonald & Cia. esteve presente na segunda edição da Exposição Industrial da cidade de São Paulo (figura 12). A fotografia é de um ambiente que representa uma sala, montada com adereços como telas e luminária.

A legenda destaca as ocupações dos sócios, “importadores e engenheiros”, e descreve a mobília a partir dos pressupostos generalistas, como apontado anteriormente por Vânia Carneiro de Carvalho: “riquíssima mobília para sala de jantar, finos, de finíssimo gosto” (EXPOSIÇÃO, 1918b, p. 71).

FIGURA 12 - CASA BRITANNIA NA EXPOSIÇÃO INDUSTRIAL DE SÃO PAULO



FONTE: A Cigarra, 17 out. 1918, p. 71. Arquivo Público do Estado de São Paulo.

Não há outros registros sobre a atuação de Martin Zipperer na Casa Britannia: suas atribuições, cargos, projetos ou o período em que esteve na companhia. No entanto, a partir de alguns anúncios, é possível aproximar o modelo do mobiliário, e até seu público, com o que décadas mais tarde foram produzidos pela Móveis CIMO S.A.

Na *Revista de Commercio e Industria* em 1920 foi divulgado um anúncio (figura 13) que destacava a imagem de uma mesa, com o texto “Especialidade em Moveis para Escriptorios Commerciaes”. O modelo da figura 13, como exposto adiante, é semelhante aos utilizados na padronização do Departamento de Administração do Setor Público (DASP) e para outras empresas públicas.

Também há a característica da demanda a espaços coletivos, nesse caso, escritórios, e, a depender da empresa, poderiam ser encomendas do vulto. Nota-se a circulação da empresa, com estoque no porto de Santos, cidade com grandes firmas de representação comercial que vendiam para o restante das áreas portuárias do Brasil, e no Rio de Janeiro, então capital federal e que mantinha um comércio pungente.

FIGURA 13 - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA CASA BRITANNIA

DEPOSITO NO RIO
JOHN ROGER
RUA DA QUITANDA N. 158

DEPOSITO EM SANTOS
C. A. CORBETT
RUA 15 NOVEMBRO N. 203

**Especialidade em Moveis
para Escriptorios Commerciaes**

Instalações Completas

Visitem a nossa Exposição á
Rua Libero Badaró N. 59 Macdonald & C.

FONTE: Revista de Commercio e Industria, mai. 1920, p. 41. HDB.

Além dessas duas experiências em firmas da capital paulista que estavam em posições comercialmente engajadas, Martin Zipperer, como mencionado acima, teve sua própria empresa. Ao retomar o texto *Reminiscências do ano de 1921*, no capítulo IV, Martin diz que ao comunicar o aceite do convite de seu irmão e,

consequentemente, sua mudança para Rio Negrinho, “houve verdadeira revolução” em sua oficina (ZIPPERER, 1974a, p. 1).

No capítulo seguinte, ao continuar o relato, ele menciona que liquidou os “assuntos com os sócios capitalistas” e que alguns operários gostariam de acompanhá-lo (ZIPPERER, 1974b, p. 1).

Surgem, evidentemente, algumas questões: qual era a empresa de Martin Zipperer? Quem eram os seus sócios? Martin atuava no projeto de mobiliário, em sua produção ou dedicava-se exclusivamente a direção da empresa? Quem eram os operários que estavam com ele, suas origens e formações?

Em julho de 1916 há uma menção na *Revista do Commercio e Industria*, a partir do relatório de movimentações da Junta Comercial do Estado de São Paulo, sobre o contrato de sociedade entre “Braz Pohlsson e Martin Zipperer, para a fabricação de moveis e qualquer outra indústria de madeira e venda de madeira em qualquer estado, nesta praça, com o capital de 8:000\$000, sob a firma Pohlsson e Cia.” (JUNTA COMMERCIAL, 1916, p. 208).

Quase dois anos depois, em maio de 1918, no *O Estado de S. Paulo*, há uma notícia sobre a dissolução da sociedade, mas que Martin Zipperer continuaria a firma, pois assumiu os ativos e passivos.

[...] BROR POHLSSON e MARTIN ZIPPERER, declaram á praça e ás pessoas com que têm tido transacções commerciaes que, nesta data, de pleno accordo, dissolveram a sociedade que girou nesta praça sob a firma POHLSSON & COMP., retirando-se o socio Bror Pohlsson, ficando a cargo do socio Martin Zipperer o activo e passivo da firma dissolvida, o qual continuará, sob sua firma individual, a explorar o mesmo ramo de indústria da firma antecessora (A PRAÇA, 1918, p. 9).

Infelizmente não foram encontradas outras fontes sobre a empresa Pohlsson & Comp.⁶² Ainda que seja conhecido o nome do sócio de Martin Zipperer e o período em que atuaram juntos, outras lacunas permanecem. Qual era a ênfase na produção? Mobiliário residencial ou comercial/institucional (ou ambos)? Quais foram os motivos da dissolução da sociedade? Martin Ziperrer continuou a empresa com qual nome? Quais foram seus novos sócios? Já havia, nesse período, uma

⁶² Nota-se que a grafia do nome apresenta divergências entre as fontes.

demanda de produção e instalação de poltronas para casas de espetáculos? Afinal, em seu próprio relato, em 1921 ele precisou resolver pendências administrativas assumidas desde 1918.

Em paralelo a essa questão, sabe-se que no dia 2 de fevereiro de 1915, Martin Zipperer escreveu um pedido endereçado ao prefeito de São Paulo para a construção de um depósito de madeiras (figura 14).⁶³ Não se sabe, no entanto, se era para realizar o negócio com Bror Pohlsson ou algum outro projeto individual.⁶⁴ O pedido foi analisado pela Diretoria de Obras e Viação (responsável pela aprovação dos projetos de obras particulares):

Diz Martin Zipperer que desejando construir um barracão para depósito de madeira a rua dos Bandeirantes, Nº 74^a, de acordo com a planta junta, vem pedir a V. Ex.a muito respeitosamente que se digne mandar aprovar a mesma e expedir a necessaria guia para o pagamento do imposto e do alinhamento (ZIPPERER, 1915).

O endereço que Martin Zipperer escolheu para construir seu depósito (Rua Bandeirantes, nº 74^a, São Paulo),⁶⁵ pode ter colaborado com as redes de negócios que começava a formar, a partir de uma proximidade geográfica com outros agentes, pois estava exatamente no quarteirão da então Escola Politécnica (antes da mudança para a Cidade Universitária). Essa região abrigava escritórios de engenharia e outras firmas de profissionais que serviam o mercado de construção civil (marceneiros, gesseiros, serralheiros etc.). Próximo dali (em torno de 700 metros), também havia as oficinas do Liceu de Artes e Ofícios de São Paulo (figura 15).

⁶³ O processo de pedido de construção faz parte da Série Obras Particulares, conservada no Arquivo Histórico Municipal de São Paulo (AHM). Essa fonte permite elencar uma série de relações de Martin Zipperer nesse momento que ele residia em São Paulo.

⁶⁴ Foi realizada a consulta nos livros de *Lançamentos de Industria e Profissões, Licenças etc.*, publicado pelo Thesouro Municipal de S. Paulo – Diretoria da Receita, Distrito 12, dos anos de 1917, 1918, 1920 e 1921, mas não há registro de Martin Zipperer ou do endereço de seu depósito, então não é possível afirmar se chegou a ser construído.

⁶⁵ A partir dos Livros Índice de Emplacamentos, em 1920 houve a mudança do nº 74 para o nº 11 (SÃO PAULO, 1920, p. 55). Em 1937, houve a mudança do nº 11 para o nº 137, que permanece até os dias atuais e permite precisar a localização (SÃO PAULO, 1937, p. 55).

FIGURA 14 - PEDIDO PARA CONSTRUÇÃO DE DEPÓSITO DE MADEIRAS



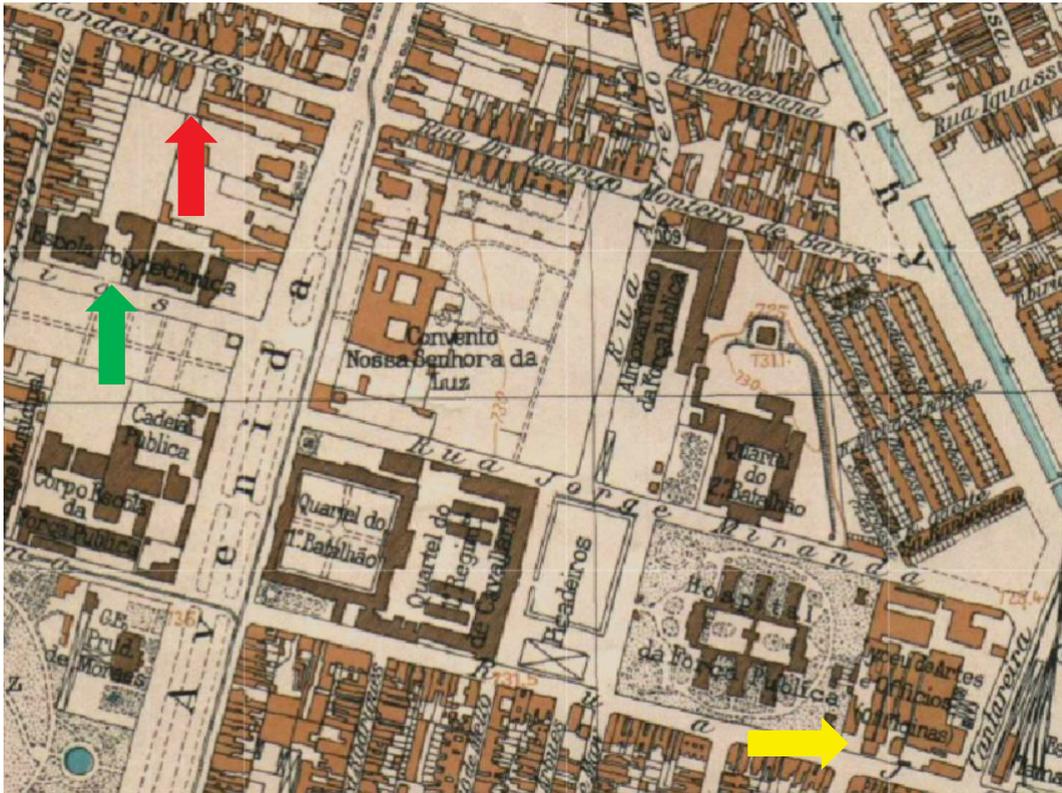
FONTE: Série Obras Particulares. Caixa OP 358. Arquivo Histórico Municipal de São Paulo.

Ou seja, o depósito de Martin Zipperer (seta vermelha) estava especialmente próximo de uma miríade de locais de interesse, tanto para parcerias como até para fornecimento de madeira para instituições de ensino, especialmente a Escola Politécnica (seta verde) e o Liceu de Artes e Ofícios (seta amarela).

O projeto do depósito de madeiras (figura 16) foi assinado por Francisco Di Pace. Ele era, nesse momento, conhecido profissionalmente como um empreiteiro

ou construtor não diplomado.⁶⁶ Diversos profissionais no fim do século XIX e início do século XX encaixavam-se nessa categoria em São Paulo, no contexto de uma cidade em crescimento urbano, aumento de construções e embelezamento de casas e comércios.

FIGURA 15 - MAPA DA REGIÃO DA ANTIGA SEDE DA ESCOLA POLITÉCNICA



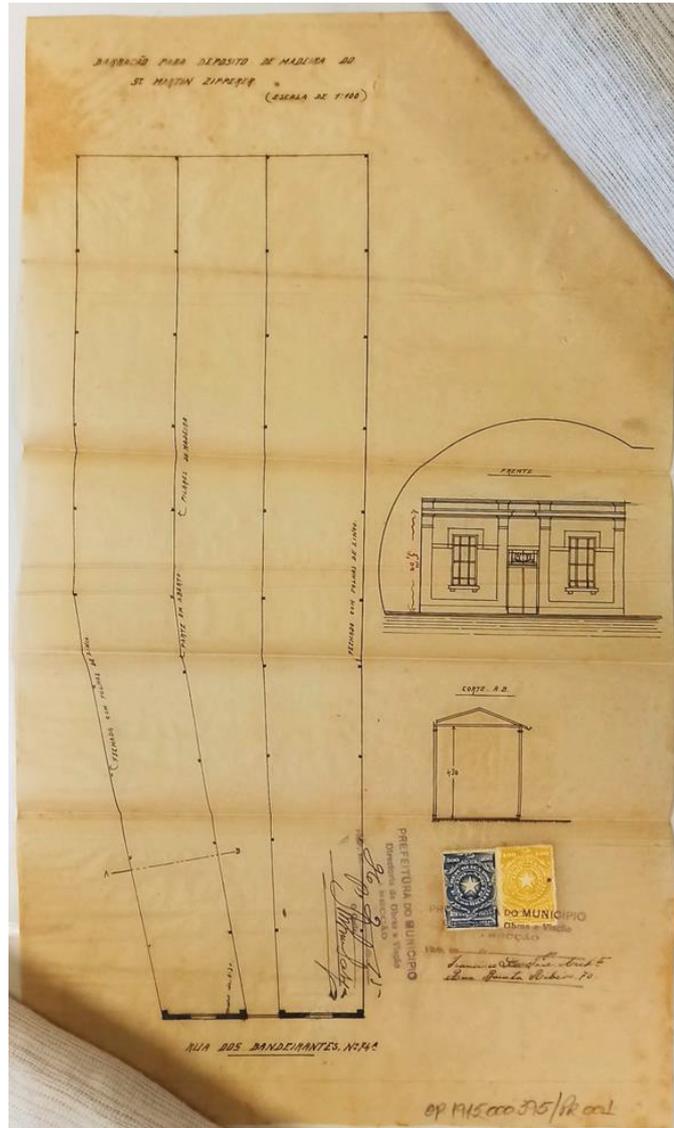
FONTE: Mapeamento de 1930 SARA Brasil - GeoSampa.

O pedido foi encaminhado pelo chefe da Diretoria de Obras e Viação, o engenheiro Arthur Saboya (1875-1952), ao engenheiro Celso Viana, responsável pela avaliação (e que terá uma atuação considerável em relação aos pareceres de

⁶⁶ O pesquisador Lindener Pareto Junior, tanto em sua dissertação de mestrado como em sua tese de doutorado analisa os meandros da atuação desses profissionais. Ele problematiza a ausência desses diversos agentes no aprofundamento da história urbana de São Paulo, visto que foram os responsáveis por muitas obras na capital paulista (PARETO JUNIOR, 2011, p. 41). Pela lei nº 2022 de 27 de dezembro de 1924, alguns profissionais não diplomados puderam ser registrados na categoria de “práticos-licenciados”, desde que comprovassem atuação profissional de cinco anos ou mais. O nome de Francisco Di Pace é levantado por Lindener Pareto Junior por conta do seu registro na Secretaria de Agricultura, com a habilitação de arquiteto (PARETO JUNIOR, 2016, p. 191).

funcionamento para salas de cinemas).⁶⁷ Após os apontamentos de Celso Viana acerca do projeto de Di Pace, de ajustes com a platibanda e as janelas da fachada para o depósito, em 27 de fevereiro de 1915 a guia para pagamento foi liberada.

FIGURA 16 - PROJETO DO DEPÓSITO DE MADEIRAS DE MARTIN ZIPPERER



FONTE: Série Obras Particulares. Caixa OP 358. Arquivo Histórico Municipal de São Paulo.

Esse processo, que apresenta questões da carreira de Martin Zipperer e de sua atuação profissional na cidade de São Paulo, também pode indicar que os

⁶⁷ Como demonstrou José Inácio de Melo Souza no *Inventário dos espaços de sociabilidade cinematográfica na cidade de São Paulo: 1895-1929* (SOUZA, 2014b).

negócios em marcenaria de Martin estavam prosperando, pois a intenção de construir um depósito de madeira revela uma grande demanda.

Somado à localização, já apontada acima como um elemento favorável para a relação com profissionais, por conta da proximidade com a Escola Politécnica e com o Liceu de Artes e Ofícios, levo em conta esse contato direto com práticos licenciados e engenheiros, ou seja, potenciais construtores, avaliadores de projetos, pareceristas e até mesmo legisladores sobre a edificação de salas de cinemas e seus elementos, como as poltronas.

1.2 “AS CADEIRAS OU POLTRONAS SERÃO SEMPRE FIXAS”

A legislação que envolvia a poltrona para cinema em São Paulo coincide com o período de estabelecimento de Martin Zipperer na cidade. Segundo os *Anais da Câmara Municipal de São Paulo*, em uma discussão sobre o projeto de lei que regulava as novas construções ou adaptações de imóveis para o funcionamento de cinemas, nota-se que em 1913 já havia uma iniciativa, por parte da Diretoria de Obras e Viação, para tal regulamentação (ainda que o corpo de engenheiros já tivesse uma prática interna sobre o tema), segundo discurso do vereador Raphael Gurgel.

O reclamo vinha desde 1913, quando v. exc. [Raimundo da Silva Duprat] exercia o cargo de prefeito desta capital. Vieram com os papeis, uma carta de um engenheiro da directoria de obras, acompanhada de um projecto por ele organizado (refiro-me ao dr. Sá Rocha),⁶⁸ na qual ele informava que varias dessas casas de diversões, que pediam licença para a sua instalação, já se iam sujeitando, mais ou menos, às imposições ou às regras que elle fazia encerrar no projecto transmitido (ANNAES, 1916, p. 29).

Ou seja, havia uma regulação, só que baseada em regras internas da Diretoria de Obras, e não em uma lei específica. Após o incêndio no Teatro

⁶⁸ José Alves de Sá Rocha Júnior (1867-1940), mais conhecido como José de Sá Rocha, formou-se em engenheira em 1892, na Europa (não se sabe ao certo em qual instituição). Foi inspetor de obras desde 1894, mas apenas em 1907 assumiu um cargo na Diretoria de Obras do Município de São Paulo (SOUZA, 2014a).

Politeama,⁶⁹ que há pouco tinha se adaptado como uma casa de exibição, o vereador Luiz Antônio Pereira da Fonseca, apresentou durante a 1ª sessão ordinária da Câmara Municipal de São Paulo, no dia 4 de janeiro de 1915, um projeto de lei para a regulação da atividade exibidora.

De posse de dois projetos sobre o mesmo tema, um a partir da Diretoria de Obras, e outro de autoria de um vereador, o plenário da Câmara enviou-os para quatro comissões: Obras, Higiene, Justiça e Finanças. Em 16 de outubro de 1915, após o parecer da comissão de obras, um projeto mais consistente foi apresentado, seguido de emendas da comissão de justiça e da comissão de higiene, esta última apresentando um substitutivo com 20 artigos, mas nenhum versava sobre normas para instalação de poltronas.

Quase um ano após da apresentação do projeto de Luiz Fonseca, em 3 de janeiro de 1916, os vereadores se reuniram para a votação do tema e dos requerimentos interpostos. Ao justificar novamente a importância, Luiz Fonseca diz que

quando apresentei esse projecto, falei veladamente em um cinema que funcionava no centro e que tinha, nos fundos, portas que davam saída para uma rua (eu me referia ao 'Iris Theatro'), portas essas que abriam para dentro, junto das quaeas, além disso, se achavam **filas de cadeiras soltas**. Depois dessa minha alusão nesta Camara, com satisfação verifiquei que, imediatamente, os proprietários dessa casa de diversões providenciaram, passando essas portas a abrir para fora e sendo retiradas, ao mesmo tempo, **as filas de cadeiras, soltas, que se achavam junto às mesmas e que dificultariam, ou impossibilitariam a saída dos espectadores em casos de pânico ou incendio**. Ultimamente, porém, com grande surpresa minha, notei que no 'Iris Theatro', foram colocadas **filas de cadeiras fixas ao soalho**, até junto dessas portas, impossibilitando assim o funcionamento franco de tres dellas, que estão, pode-se dizer, completamente inutilizadas, attento o fim que temos em vista (ANNAES, 1916, p. 11, grifos nossos).

⁶⁹ Inaugurado como teatro em 1892, o Politeama tinha um característico formato circular para apresentações teatrais e circenses. Segundo José Inácio de Melo Souza, por volta de 1907 o espaço passou a ser administrado por Francisco Serrador, e contava com “24 frisas, 40 camarotes, 650 cadeiras e 630 lugares nas galerias”. No final de 1914 passou a realizar exibições cinematográficas, uma vez que outra importante sala (Bijou) foi demolida. Um incêndio no dia 29 de dezembro de 1914 consumiu o espaço completamente e gerou diversos debates sobre instalações elétricas e espaços de aglomeração (ARAÚJO, 1981, p. 246 – 247; SOUZA, 2016, p. 265).

Para além do indício de que Luiz Fonseca era um frequentador de cinema (fato que, inclusive, ele ratifica em outra passagem), é a primeira vez que a questão das poltronas é expressa. A crítica acerca do fato de as cadeiras estarem soltas e que dificultariam a evacuação em caso de pânico por incêndio ou outra intercorrência também indica que fazia parte da consciência, ao menos de uma parte dos vereadores, de que as cadeiras ou as poltronas deveriam ser fixas.

Nesse caso específico, no entanto, a fixação, que demandava uma organização de alinhamento, acabou gerando o inconveniente com as portas (outro dispositivo de segurança). Possivelmente, em um contexto sem regras evidentes sobre a lotação das salas e os dispositivos de segurança, os exibidores aumentam indiscriminadamente o número de lugares, visando sessões mais cheias.

No entanto, mesmo com a fala de Luiz Fonseca, as emendas e o substitutivos, os vereadores reunidos em sessão ordinária não apresentaram algo específico sobre as poltronas nos artigos da primeira versão do projeto de lei.

Em 15 de janeiro de 1916, em uma longa sessão para a continuidade dos trabalhos de discussão sobre as emendas, o vereador Mário do Amaral apresentou uma série de observações sobre a viabilidade econômica das adaptações previstas no projeto de lei que os exibidores precisariam realizar: “Um cinematographo para operarios, no Bom Retiro, na Lapa, ou em qualquer outro bairro, não pode ter 14 metros” (ANNAES, 1916, p. 30).

Interessante notar tais manifestações que mobilizam elementos de caráter econômico, geográfico e social: revela-se, ao menos em partes, como era distribuída a atividade exibidora na cidade, respeitando uma dicotomia centro/bairro e segmentos médios/segmentos populares e operários. Percebe-se, também, como no trecho abaixo, os representantes da Câmara Municipal não compreendiam a dimensão popular do cinema.

O Sr. Luiz Fonseca – A disposição que o collega suggere trará como consequencia que todos os cinematographos existentes escaparão ás exigências da lei que vamos votar, porque nenhum deles se acha estabelecido em prédios construídos especialmente.

O Sr. Mario do Amaral – O que o meu colega não pode pretender é tornar por tal forma caros os divertimentos dos operários, de gente que não pode dispor de grandes recursos, dos habitantes dos arrabaldes extremos das cidades, que ficarão privados deles, pela elevação dos preços dos alugueis.

O Sr. Luiz Fonseca – **Os operários, depois de um dia de trabalho extenuante, não vão aos cinematographos. Outros são os seus frequentadores. O que nós precisamos garantir é a segurança do publico** (ANNAES, 1916, p. 34, grifo nosso).

A disputa sobre a questão econômica, posta sob a perspectiva de que os exibidores não teriam condições de adaptar seus espaços, e que, se tivessem, repassariam o custo no valor do ingresso, também ganhou contornos a partir da localização das salas, sob o prisma da valorização de terrenos, regiões e alugueis.

O Sr. Mario do Amaral - Bem veem os collegas que não é possível fazerem-se áreas lateraes em cinematographos do centro da cidade, attendendo-se ao preço dos terrenos e ao facto de não serem os predios vizinhos do mesmo proprietário.

O Sr. Luiz Fonseca – Não há necessidade de serem construídos no centro. Podem ser construídos no Braz, por exemplo, onde o terreno é barato. [...]

O Sr. Marrey Junior – Pois que não construam cinemas no centro da cidade. Podem ser construídos na avenida S. João ou no Braz.

O Sr. Mario do Amaral – Ahi morreu a nossa phantasia em uma disposição inexequível. Ficamos legislando para que ninguém possa obedecer a esta disposição (ANNAES, 1916, p. 37-38).

Esses posicionamentos confirmam o que Flávia Cesarino Costa chama de domesticação no espaço dos cinemas. A autora, que analisa a atividade durante a década de 1900 nos Estados Unidos, diz que tal domesticação “não se refere apenas à adequação do cinema a um novo público de classe média, à moralização temática dos filmes, à familiarização do ambiente em que eram exibidos”, mas também a uma “submissão civilizatória” (COSTA, 2005, p. 69).

No caso de São Paulo, entre as décadas de 1910 e 1920, vê-se que salas de cinema populares eram desencorajadas economicamente de permanecerem na área central da cidade, região que deveria abrigar, pelos seus espaços de sociabilidade burguesa, salas sofisticadas – e seguras. No entanto, o Brás, bairro

citado mais de uma vez como local “onde o terreno é barato”, tornar-se-ia nas décadas de 1930 e 1940 um dos principais polos da exibição na cidade.⁷⁰

Por fim, novamente, a questão das poltronas volta a figurar na mesma sessão, nem tanto do ponto de vista do planejamento da segurança para a sala de cinema, mas mais do ponto de vista anedótico. O vereador Mario do Amaral disserta sobre a falta de necessidade de corredores (uma vez que diminuiria o número de ingressos vendidos), e o vereador Raphael Gurgel intervém, revelando o risco da ausência de passagens livres, uma vez que as cadeiras impediriam a movimentação, sobretudo em uma plateia aglomerada e em estado de pânico.

O Sr. Mario do Amaral – [...] O povo, no caso de qualquer acidente, sai facilmente, sem que nada o impeça, pela própria platéia.

O Sr. Raphael Gurgel – **Só se for por cima das cadeiras.**

O Sr. Mario do Amaral – **Por cima mesmo das cadeiras muita gente pode sahir. O collega, como eu, também pode sahir.**

O Sr. Luiz Fonseca – **E as senhoras? Deve ser interessante as senhoras fazerem esse exercício de pular cadeiras. Seria um horror!**

O Sr. Mario do Amaral – **As senhoras sahiriam nas costas dos cavalheiros.** Assim, se quiserem, podem sahir sem perigo algum...

O Sr. Luiz Fonseca – Eu, por exemplo, que sou robusto, poderia carregar alguma, mas não sei se o collega poderia fazer outro tanto... (riso).

O Sr. Mario do Amaral – É muito raro um incêndio em que morram pessoas queimadas.

O Sr. Luiz Fonseca – É muito fácil dizer essas cousas aqui, nesta sala, calmamente. O collega não assistiu ainda a um panico, quanto mais a um incêndio num cinema. O perigo não é só do fogo; é do panico, da asphyxia, pelo acumulo do gaz carbônico na sala (ANNAES, 1916, p. 39-40, grifos nossos).

Parecia, inicialmente, que Mario do Amaral defendia a manutenção de uma atividade popular, mitigando custos. No entanto, analisando essa última passagem, vê-se que o vereador não tinha, de fato, muita familiaridade com questões de segurança. Inclusive levanto a hipótese de Mario do Amaral estar votando a partir de algum interesse particular, como empresário ou sócio de alguma sala, ou como alguém próximo a empresários da exibição.

⁷⁰ A pesquisadora Sheila Schvarzman, ao fazer uma análise das críticas de cinema de Octávio Gabus Mendes na *Revista Cinearte e Paratodos*, no ano de 1925, revela que havia uma cobrança pública pela construção ou arrendamento de cinemas em áreas centrais ou bairros nobres, uma vez que Francisco Serrador possuía salas apenas no Brás (SCHVARZMAN, 2005, p. 163).

Apesar dessas discussões, as poltronas para cinema não foram tema de uma discussão técnica, pelos menos nas sessões ordinárias (pode ter ocorrido em uma ou mais comissões). Em 12 de fevereiro de 1916 a comissão de higiene apresenta novo substitutivo, dessa vez com uma alteração no artigo 9º, versando, ainda que de modo tímido, sobre a necessidade das cadeiras ou poltronas serem fixas.

Art. 9 - Quando o piso da platea for em declive, deve ser evitado o emprego de degraus, preferindo-se rampas de pequeno declive. O ponto mais alto da platea deve coincidir sempre com o nível da sahida ordinaria para o exterior. As cadeiras ou poltronas serão sempre fixas (ANNAES, 1916, p. 70).

O texto certamente foi aprovado após o parecer da comissão de higiene, pois tornou-se a lei nº 1954, em 23 de fevereiro de 1916 (11 dias após a última sessão ordinária que tratou do tema). Infelizmente não foi encontrado o texto original integral.

No mesmo ano, em 21 de setembro, foi publicado o ato 983, que regulamenta a lei nº 1954. Com diversas mudanças a partir do texto apresentado pela comissão de higiene, esse ato complementa as normas acerca das poltronas, especificando dimensões e modos de instalação. No artigo 11, lê-se que

§ 2 - As cadeiras ou poltronas serão sempre fixas.
(Art. 9.0 da Lei n. 1.954, de 23 de fevereiro de 1916).
a) - Terão um assento minimo de 0^m,4 X 0^m,4, e, de preferencia, automatico.
b) - As filas de cadeiras guardarão entre si um afastamento minimo de 0^m,8.
c) - A disposição dellas será tal que permitta o fácil movimento do publico, garantindo-lhe segurança e comodidade (SÃO PAULO, 1916, p. 5).

O detalhamento em relação as poltronas foram em razão de sua dimensão, da conformação das fileiras e da preferência (mas não obrigação) para que o assento fosse automático. A partir desse ato, exibidores tiveram a responsabilidade de realizar as adaptações necessárias (não apenas acerca das poltronas, mas em toda o edifício) ou passaram a padronizar novas construções.

Martin Zipperer estava atento a esse movimento? Não é possível afirmar, pois nenhuma fonte autoriza isso. No entanto, no ano de 1916, como já visto, Zipperer mantinha seus negócios em uma rede bastante variada, servindo, inclusive, mobiliário aos espaços de uso coletivo.

Há também uma hipótese mais ousada, mas igualmente sem o lastro da fonte, de que Martin Zipperer pode não ter sido apenas atento, mas participado desse processo, a partir de um *lobby* empresarial. Afinal, tais adaptações sugerem que o mercado de poltronas fixas, em uma cidade que o número de salas começou a crescer, passaria a ser lucrativo.

Tal normatização foi solidificada a partir de outros instrumentos. A lei 3427 de 19 de novembro 1929,⁷¹ conhecida como Código de Obras Arthur Saboya, foi uma legislação que abrangeu muitas áreas, como as obras particulares, obras para fins especiais, arruamentos e arborização, e tinha artigos sobre diversos temas, como documentação, impostos, profissionais habilitados, regras de vistorias etc. Na parte das construções para fins especiais, capítulo IV, artigo 384, lê-se o seguinte:

Paragrapho 2.º - As cadeiras ou poltronas serão sempre fixas e de braços.
 a) – terão um assento minimo de quarenta centímetros por quarenta centímetros e de preferencia automático;
 b) – as filas de cadeiras guardarão entre si um afastamento minimo de oitenta centímetros;
 c) – a disposição dellas será tal que permita o facil movimento do publico, garantindo-lhe segurança e commodidade;
 d) – cada serie de cadeiras, numa mesma fila entre corredores, não poderá ter mais de quinze cadeiras;
 e) – nas filas de cadeiras serão dispostas travessas que sirvam de apoio para os pés dos espectadores que estiverem sentados nas cadeiras da fila anterior (SÃO PAULO, 1929, p. 111).

O Código de Obras Arthur Saboya apresentou algumas alterações significativas. Ainda permitia a instalação de cadeiras ou poltronas, no entanto,

⁷¹ Essa questão, no âmbito federal, foi pautada a partir do decreto nº 16.590, de 10 de setembro de 1924. Tal decreto tratava das diversões públicas em geral, (teatro, cinema, esportes etc.). Por tratar os espetáculos de forma geral, era uma lei pouco específica em relação a poltrona. No caso dos teatros, o parágrafo 1 do 9º artigo dizia que não eram permitidas que as poltronas fossem instaladas em bancada. Já no caso dos cinematógrafos, artigo 10º, parágrafo 24, dizia que nas “salas de projecções poderão ser collocadas cadeiras em bancadas com os diversos logares separados uns dos outros entre o braço e o assento, sendo permittido para essa separação o emprego de gradeamento de vão nunca superior a 0m,02” (BRASIL, 1924).

havia, agora, a obrigatoriedade dos braços (que está mais adequado ao uso direto das poltronas). Também incluiu um item sobre o número máximo de cadeiras ou poltronas por fila, deixando, assim, possibilidade para mais corredores. Por fim, um item com a obrigação de instalação para apoio dos pés.

Esse código foi regulamentado 5 anos depois, pelo ato nº 663, de 10 de agosto de 1934. O texto sobre as normas das poltronas não foi alterado. É interessante notar que no intervalo entre as décadas de 1910 e 1930 a cidade de São Paulo pautou, em sua legislação para salas de cinema, um artigo específico acerca das poltronas.

A obrigatoriedade da fixação das poltronas pode ser lida para além de uma norma técnica de segurança, pois ela articula elementos simbólicos, técnicos e econômicos que operam de modo simultâneo na configuração da experiência de ir ao cinema. Afinal, a imposição legal da fixação das cadeiras, inaugura uma prática de padronização que se realiza na sala de cinema, no próprio corpo do espectador (e como este tem a experiência do filme) e na lógica de produção industrial do mobiliário que atende a esse mercado.

O debate na Câmara Municipal de São Paulo revelou que a preocupação com as poltronas (ao menos por parte de alguns vereadores) não era apenas em relação ao conforto, mas com a capacidade de restringir o caos em situações de pânico e emergência. Indicava uma consciência, ainda que parcial, de que o mobiliário participava das condições de segurança pública. A poltrona passava a ser, nesse sentido, um elemento normativo, cujo modo de instalação passou a ser regulado em detalhes: altura, largura, distância entre fileiras e até a presença de braços e apoio para os pés.

Em certa medida, a fixação da poltrona também é uma operação de fixação do corpo. O espectador, ao ocupar seu assento, é colocado em uma posição espacial previamente organizada e passa a respeitar uma gestão de olhar (AUMONT, 2002) e de atenção com a tela. A imobilidade induzida pela poltrona fixa delimita o campo visual, inibe deslocamentos, e condiciona a postura corporal e a recepção das imagens em movimento: o fluxo do filme interpela um espectador fixo, atento e enfileirado em série.

Em 1916, Hugo Munsterberg em *Fotodrama: um estudo psicológico* (obra recentemente traduzida para o português, publicada em 2024), realizou um estudo específico sobre o cinema, desde seus aspectos técnicos, estéticos e psicológicos

do espectador. Ao analisar a questão do movimento e da compreensão da imagem, ele diz que se “as imagens são bem filmadas, a projeção bem feita e nos sentamos à uma distância certa da imagem, devemos ter a mesma impressão que olhar através de uma placa de vidro o espaço real” (MUNSTERBERG, 2024, p. 52).

O filósofo Vilém Flusser em um texto intitulado *Linha e Superfície*, publicado pela primeira vez na década de 1970, faz uma reflexão sobre a questão dos símbolos e como eles são lidos, a partir das estruturas da mídia. Nessa construção, ele diz que para

lermos um filme temos que assumir o ponto de vista que a tela nos impõe. Se não o fizermos, poderemos não ler nada. O ponto de vista é estabelecido a partir de uma poltrona no cinema. Se nos sentarmos nela, poderemos ler o que filme quer dizer. Se nos recusarmos a nos sentar e aproximarmos-nos da tela, veremos pontos de luz destituídos de significado. Uma vez sentados na poltrona, não teremos problemas: ‘saberemos’ o que o filme significa (FLUSSER, 2017, p. 110).

Ou seja, Flusser também apresentou uma preocupação não apenas com a gestão do olhar, mas com a leitura, que, no caso do cinema, seria adequada em uma equilibrada relação entre a poltrona e a tela.

Essa padronização espacial teve efeitos também sobre a indústria moveleira. A normatização das poltronas, com dimensões mínimas, obrigatoriedade de mecanismos e padrões de instalação, favoreceu empresas que ofereciam produtos ajustados a tais exigências. A Móveis CIMO S.A., que iniciava sua expansão justamente no período em que essas normas eram publicadas (entre as décadas de 1910 e 1930), beneficiou-se desse processo, pois a fábrica podia fornecer mobiliário adequado à legislação vigente e acompanhava o crescimento das salas de exibição.⁷²

A pesquisadora Anita Simis fez uma análise do decreto nº 16.590 de 1924, que legisla, de forma geral, acerca das poltronas para cinemas e demais casas de espetáculos.

⁷² Os catálogos publicados pela Móveis CIMO S.A. indicam essa articulação.

“[...] aos poucos, as salas improvisadas, adaptadas, precárias, ou ainda, aquelas que por necessidade voltaram-se para o teatro durante a Primeira Guerra, agora cediam espaço para uma comercialização mais especializada (SIMIS, 2017, p. 66).

Em termos simbólicos a poltrona fixa pode representar a modernização da sala de cinema e o distanciamento do improvisado dos primeiros espetáculos, com cadeiras soltas ou arquibancadas, legitimando a sala como um espaço de sociabilidade urbana. O espectador, ao ocupar um assento numerado, participava de uma experiência que envolvia não apenas o filme, mas também a chance de pertencer a um espaço ordenado, com lugar definido, visibilidade garantida e comportamento esperado.

Nesse sentido, a poltrona deixou de ser um mero item funcional para tornar-se parte de um sistema mais amplo e foi central para a consolidação de um mercado especializado. A legislação, o discurso da segurança, os padrões estéticos e o gesto de fixar o espectador compunham uma parte considerável da infraestrutura da exibição cinematográfica: uma “moldura” da exibição cinematográfica, que se concretiza no corpo imóvel, na cadeira fixada e na fábrica que as produz.

1.3 A PRIMEIRA ENCOMENDA

Como levantado até aqui, Martin Zipperer iniciou sua carreira profissional como aprendiz em São Bento do Sul, passou por Joinville e Curitiba e estabeleceu-se profissionalmente em São Paulo. Mas foi para a cidade de Santos, litoral paulista, que realizou seu primeiro projeto documentado para sala de cinema, pela Móveis CIMO S.A.

A primeira encomenda ocorreu após seu retorno a Rio Negrinho, já em sociedade com seu irmão, Jorge Zipperer. A primeira poltrona comercializada foi para o Cine Selecto, inaugurado em 16 de junho de 1922.

Minha intenção não é evidenciar um evento de origem da Móveis CIMO S.A., mas analisar como a questão da poltrona foi tratada no período inicial da fábrica e como a própria empresa atuou nessa memória como estratégia simbólica de lastro histórico.

O Cine Selecto pertencia a Marcolino de Andrade, um despachante aduaneiro da alfândega do Porto de Santos. O Cine Selecto não foi sua primeira experiência na exibição cinematográfica: desde 1918 ele dirigia o Theatro Carlos Gomes, também em Santos. Na *Gazeta do Povo* pode-se verificar uma nota sobre a inauguração do Selecto.

À rua Amador Bueno, n. 96, foi inaugurada, às 2 ½ horas da tarde mais uma casa de diversões pertencente ao operoso sr. Marcolino de Andrada[e], arrendatário do Theatro Carlos Gomes. O 'Cinema Selecto', montado com luxo e bom gosto, pode-se afirmar é um dos melhores de Santos, constando elle de uma vasta platéa, com 900 optimas poltronas e oito camarotes. [...] As poltronas são commodas e estão divididas em 4 filas de cinco cada uma (O CINEMA, 1922, p. 1).

Ou seja, com 900 assentos, em 1922, não poderia ser considerada uma sala pequena. Verifica-se pela descrição da nota que as poltronas estavam dispostas a partir de uma distribuição bastante arejada (que em São Paulo seria exigência apenas em 1929). O *Correio Paulistano* também noticia a inauguração, enfatizando que o programa do evento inicial foi a projeção de “O Grande Momento” (CINEMA, 1922, p. 2).

Não há dados sobre o início da relação dos Zipperer com Marcolino de Andrade: pode ter sido a partir de alguma representação comercial ou até mesmo pelas questões administrativas do Porto de Santos (no período que Jorge Zipperer comercializava madeira). Sabe-se, no entanto, que foi uma relação de amizade recíproca, como é possível verificar em uma carta escrita em 1939, por Jorge Zipperer, endereçada ao filho de Marcolino de Andrade, José Burlamaqui de Andrade (J. B. Andrade), com memórias sobre a primeira encomenda.

Rio Negrinho, 16 de maio de 1939
 Ilmo. Sr. José B de Andrade
 São Paulo

Meu presado e amigo!

Regressando de Santa Cruz, município de Porto União, deste Estado, onde assisti a festa de bodas de ouro de meus velhos tios Carlos e Tereza Zipperer, encontro na mesa a photographia da installação do 'Cine Bandeirantes' de sua propriedade. É obra grandiosa.

Com real saudade lembro-me do seu fallecido pae, que, em 1920, era um homem modesto.

Era com visceral orgulho e alta satisfação que ele recebeu a installação de seu estabelecimento, o mobiliário, encostos e assentos, que eram massissos, serrados em curva, de grossos pranchões de imbuya.

Durante a installação, que assisti, o povo affluia em massa para assistir e admirar a parafusão das poltronas.

Quantas e tantas vezes que ao passar em Santos, o seu saudoso pae me levava ao seu orgulhoso estabelecimento; convidava-me para almoçar e para o cafésinho.

Certo dia, de passagem em Santos, fui visita-lo.

Porem, o Ilmo. Marcolino já não existia.

O meu grande amigo, único humano em Santos, ao qual dedicava a maior estimação, era fallecido.

Assim mesmo, não passava em Santos sem que visitasse esta nossa primeira installação de poltronas.

Continuada e grata necessaria e estima guardo do saudoso Marcolino.

O filho soube elevar os seus estabelecimentos à altura nunca imaginada, graças a sua dedicação, admirável energia e zelo.

Desejando-lhe continuado progresso e felicidade, com sua elevada estima (ZIPPERER, 1939).

J. B. Andrade é um personagem que citarei diversas vezes ao longo da tese. No período da inauguração do Cine Selecto ele gerenciava o cinema do pai, mas no contexto do envio da carta ele já era um famoso exibidor. O tema da carta foi a inauguração do Cine Bandeirantes, na Cinelândia de São Paulo, no dia 14 de abril de 1939 (que analisarei na página 200), mobiliado pela Móveis CIMO S.A.

A carta, conservada no Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho, tem duas versões. Uma, de rascunho, com diversas rasuras, e outra versão que foi enviada. Ou seja, essa foi uma carta escrita com cuidado, com palavras escolhidas com critérios bem definidos.

Jorge Zipperer estava, em 1939, em seus últimos períodos na direção da Móveis CIMO S.A. (foi nesse ano que houve a mudança do nome da empresa, de Jorge Zipperer e Cia. – Indústrias Reunidas de Madeiras, para Cia. M. Zipperer – Móveis Rio Negrinho). Pode ser que, inclusive, uma de suas motivações para o envio da carta fosse uma espécie de saudosismo nesse momento de despedida.

A carta também revela detalhes sobre a primeira comercialização de poltronas: eram de madeira maciça (a técnica da madeira compensada será empregada posteriormente) mas possuíam a curvatura, característica da Móveis CIMO. S.A. A imbuia também é mencionada, uma vez que era uma madeira apreciada (figuras 17 e 18).⁷³

FIGURA 17 - PRIMEIRO MODELO DE POLTRONAS DA MÓVEIS CIMO S.A.

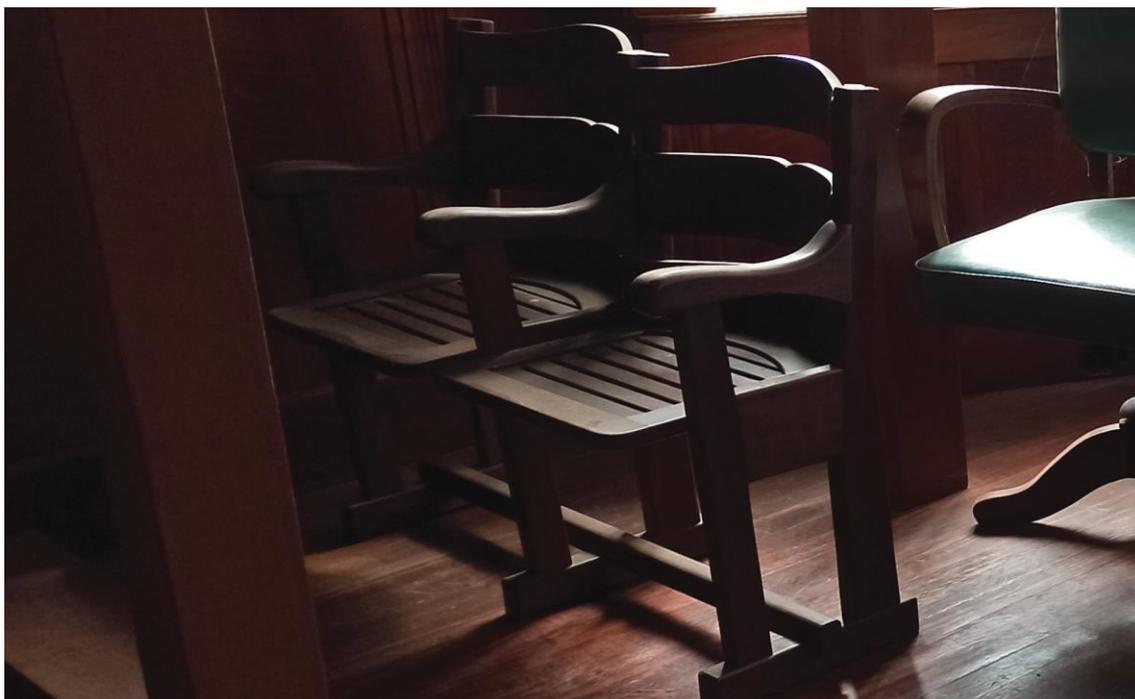


FONTE: Fotografia do autor. Museu Carlos Lampe.

Também há na memória de Jorge Zipperer o aspecto social da instalação das poltronas: “o povo affluia em massa para assistir e admirar a parafusão das poltronas”. Talvez pode ter sido uma lembrança exagerada, mas a cena revela o caráter performativo da instalação: não era apenas o mobiliário, mas um símbolo de modernidade e progresso técnico. A instalação de poltronas fixas, em uma madeira publicizada como nobre e com curvatura marcava a transição da sala de projeção improvisada para o cinema como um equipamento urbano. Também havia, de fato, uma amizade para além dos negócios, em momentos de visitas e conversas.

⁷³ Não foi possível fotografar a poltrona de diversos ângulos e com uma iluminação adequada, pois no período da visita o Museu Carlos Lampe, que conserva parte do mobiliário da Móveis CIMO S.A. estava interditado, sendo franqueada a visita a apenas uma parte.

FIGURA 18 - PRIMEIRO MODELO DE POLTRONAS DA MÓVEIS CIMO S.A.



FONTE: Fotografia do autor. Museu Carlos Lampe.

No período da inauguração do Cine Selecto, Santos também passava por seu processo de aprovação da legislação de construções particulares e para fins especiais. A lei nº 675, de 6 de julho de 1922 (ou seja, aprovada um mês após a inauguração da sala), tinha artigos sobre teatros e cinema (tratando-os na mesma categoria, salvo casos especiais). As poltronas também possuem uma regra específica.

Todos os assentos do teatro, excepto os dos camarotes, serão numerados e fixados solidamente ao piso, em filas regulares, e a uma distancia não menor de 0,45 entre o bordo do assento e a vertical tirada pelas costas da cadeira fronteira. As poltronas serão de typo uniforme pela commodidade e segurança e não terão menos de 0,45 de fundo e 0,55 de largo, e serão dotadas de aparelhos para descanso dos chapéos (SANTOS, 1922).

A regra de fixação parece ser unânime, por ser um ponto fundamental para a segurança de casas de espetáculos. As distâncias entre fileiras e as dimensões de cada poltrona, comparadas com as regras de São Paulo, são pequenas. Chama a

atenção a norma sobre a numeração (elemento que influirá, por exemplo, na venda dos ingressos e garantia de que não haja superlotação), o fato da descrição que as poltronas precisam ser uniformes e que um item necessário à comodidade seria o apoio para chapéu.

Não consegui acessar como foi o processo de discussão para se chegar a essas normas, do mesmo modo como foi na Câmara Municipal de São Paulo. Mas Martin Zipperer podia já ter no horizonte a padronização das poltronas requeridas legalmente, seja pelo exemplo da capital paulista em 1916, seja pelo acompanhamento da casa legislativa de Santos.

A primeira instalação também foi marcante e significativa para a produção de imagens e narrativas da fábrica, pois foi explorada simbolicamente na imprensa. O Cine Selecto foi inaugurado em 1922, mas foi 1921 o ano escolhido para figurar nas efemérides da fábrica, como a data da primeira encomenda (ainda que Jorge Zipperer tenha destacado que a relação com Marcolino de Andrade tenha começado em 1920).

Em um anúncio de 1951 (figura 19) – 30 anos após a primeira instalação –, veiculado no *Cine Repórter: Semanário Cinematográfico*, e que ocupava 2/3 da página, é possível verificar uma ilustração do que seria as poltronas encomendadas para o Cine Selecto (semelhantes, inclusive, as das figuras 17 e 18), envoltas nos louros da vitória, geralmente utilizados em destaques para algo glorioso, semelhante a temática do anúncio. De igual modo, os limites do anúncio são delimitados por estrelas, item já bastante conhecido na década de 1950 como ícone de qualidade no campo cinematográfico.

O texto constrói uma narrativa de caráter evolutivo da Móveis CIMO S.A., enfatizando seu crescimento a partir do ano de 1921 e chegando em 1950 com dados recordes de vendas, totalizando 188 casas de espetáculos, segundo o anúncio: “Em 1921 CIMO mobiliou a primeira casa de espetáculos em Santos. Em 1950 de 2 em 2 dias, 1 cinema ou auditório foi mobiliado com POLTRONAS CIMO. 88.588 poltronas em 188 instalações” (EM 1921 CIMO, 1951, p. 4).

O ano de 1950 tem uma ênfase no anúncio, por seu tamanho em relação ao restante do texto. Os números de exaltação da Móveis CIMO S.A. estão próximos ao modelo de poltrona mais recente, em que é possível observar na ilustração o estofamento e os materiais de acabamento (possivelmente o couro), a curvatura a

partir da madeira compensada e uma imagem de robustez, verificáveis pelo encosto e braços sólidos, em contraposição ao primeiro modelo.

FIGURA 19 - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA MÓVEIS CIMO S.A.

Em **1921**
CIMO mobiliou
a primeira casa
de espetáculos
em Santos.

em **1950**
de **2** em **2** dias, **1** cinema ou
auditório foi mobiliado com
POLTRONAS CIMO

88.588 poltronas em
188 instalações.

FÁBRICAS: Rio Negro - Joinville - Curitiba
FILIAIS: São Paulo: - Rua Maria Tereza, 89
Fone 52-1730

MOVEIS CIMO

CA INDUSTRIAL DE MADEIRAS
CIMO
INDÚSTRIA BRASILEIRA

FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 29 set. 1951, p. 4. HDB.

Tal recurso teve uma recorrência considerável nos anúncios da Móveis CIMO S.A. Ainda no *Cine Repórter: Semanário Cinematográfico*, houve uma série de publicações sobre fechamentos de contratos da fábrica com exibidores de diferentes lugares do Brasil. Com um perfil de cobertura de evento, tratava-se, no entanto, de um anúncio, pois apresentava o endereço da filial paulistana e formas de contato: era um espaço pago da Móveis CIMO S.A. no periódico.

No total foram 15 anúncios com o mesmo padrão: texto sobre o fechamento do contrato para fornecimento de poltronas, com um pequeno histórico do empresário ou da companhia cinematográfica, informações sobre a sala (região em quem foi construído, número de assentos, possíveis modernizações) e uma fotografia com as partes envolvidas, com um pôster ao fundo em que é possível ler: “em 1921 CIMO mobiliou a 1ª casa de espetáculos em SANTOS... em 1950 de 2 em 2 dias 1 cinema ou auditório foi mobiliado com poltronas CIMO em 188 instalações”, ou seja, um texto muito semelhante ao do anúncio de 1951. Havia também no pôster as ilustrações das poltronas de 1921 e um modelo mais atual (este diferente do anúncio de 1951).

As 15 veiculações publicitárias⁷⁴ em formato de reportagem de fechamento de contrato circularam entre 1952 e 1955, sendo que 14 ocupavam meia página do periódico e apenas uma ocupou uma página inteira. Trata-se do contrato com a M. Freixo & Cia., da cidade de Santos (figura 20).

Essa companhia foi fundada pelo Comendador Manuel Fins Freixo. Há relatos que em 1923 Marcolino de Andrade fez uma sociedade com o Comendador Freixo, e em 1924, após seu falecimento, passou o Cine Selecto de forma integral para a M. Freixo & Cia., sendo que J. B. Andrade, que era gerente do cinema, passou a dirigi-lo (ZAPATA, 2018, p. 30).

De fato, foi uma companhia bastante considerável em Santos. Segundo o *Almanak Laemmert*⁷⁵ de 1931, possuíam os seguintes espaços: Cinema Central, Cinema D. Pedro II, Cinema Parisiense, Theatro Colyseu Santista, Theatro Guarany, Theatro Carlos Gomes e o Cine Selecto (esses dois últimos anteriormente pertenciam a Marcolino de Andrade) (ANNUARIO, 1931, p. 1104).

Três anos mais tarde, novamente a M. Freixo & Cia. é noticiada (figura 21), agora para remodelação das poltronas do Cine D. Pedro. A fotografia também utiliza o pôster e um gesto de fechamento de negócio (nesse caso, um aperto de mão).

⁷⁴ Na capital paulista foram o Cine Marachá, Cine Patriarca, Cine Palace Star, Cine Joá e Cine Indianópolis (do mesmo empresário), Cine Anchieta e Cine Lins. Também foram noticiados cinemas em Barretos, Santo André, Alumínio, Franco da Rocha, Marília e Araçatuba e Santos (todos no estado de São Paulo) e em Campo Grande, Mato Grosso do Sul.

⁷⁵ Segundo Aline de Moraes Limeira, o *Almanak Laemmert* “divulgava serviços profissionais (liberais e públicos) dos mais diversos ramos de atividade, periódicos publicados na Corte, instituições religiosas, sociedades de leitura, comércio, livrarias e tipografia” e uma infinidade de outros temas (LIMEIRA, 2007, p. 18).

FIGURA 20 - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA MÓVEIS CIMO S.A.

M. FREIXO & CIA.

30 anos de experiência na cinematografia nacional, escolheram o melhor:
2.000 Poltronas Cimo estofadas para um novo e luxuoso
cinema de Santos



A foto acima fixa o flagrante da assinatura do contrato para fornecimento de 2.000 poltronas estofadas CIMO, vendido-se a contar da esquerda para a direita, sentados, os Srs. Djalma Freixo, Jayme Freixo, Candinho Vaz da Silva, Inspetor Geral de Vendas da Companhia Industrial de Móveis e Haroldo Florez titular das Indústrias Luiz XV Ltda.. Presente também o Sr. Saul Medeiros, Gerente-Administrativo da CIMO-Filial São Paulo.

Fato incontestável é o que demonstra ser a experiência a melhor base para uma boa escolha.

Assim, quando uma firma acatada e tão conhecida como sóe ser M. Freixo & Cia., uma das pioneiras do ramo cinematográfico nacional, prefere sempre as poltronas CIMO para os seus cinemas, pode-se dizer que seus dinâmicos componentes escolheram o melhor artigo.

Demonstrativo da preferência da marca CIMO é o grande número de cinemas instalados em todo o país, atestando, em todas as ocasiões, a alta qualidade das poltronas fornecidas pela Cia. Industrial de Móveis, esmeradamente fabricadas com a secular imbução, de durabilidade e conforto sem iguais conjugados a uma apresentação que reúne o máximo de distinção em linhas impecáveis.

CIA. INDUSTRIAL DE MÓVEIS
 AVENIDA DUQUE DE CAXIAS N.º 89 — CAIXA POSTAL N.º 6.612
 TELEFONES: 52-1730 e 52-3336
 SÃO PAULO

15 de Novembro de 1952

CINE-REPORTER

— 5 —

FONTE: Semanário Cinematográfico Cine-Repórter. 15 nov. 1952, p. 5. HDB.

Ao destacar insistentemente o ano de 1921 em seus materiais de divulgação e de comunicação interna (folhas de pedidos e cartões de visita, por exemplo), a Móveis CIMO S.A. constrói uma versão de sua própria origem vinculada ao processo de consolidação das salas de cinema no Brasil, utilizando a memória da primeira instalação como marco histórico que legitima sua atuação no setor exibidor ao longo das décadas, questão que também vou explorar no terceiro capítulo.

FIGURA 21 - ANÚNCIO PUBLICITÁRIO DA MÓVEIS CIMO S.A.

EXPERIÊNCIA QUE ORIENTA A MELHOR ESCOLHA!

M. Freixo & Cia., Exponentes da Cinematografia Nacional Preferem as Poltronas CIMO para Remodelação do Cine D. Pedro, em Santos

No interesse de proporcionar o maior conforto ao público frequentador de seus cinemas, os titulares da conhecida firma santista, sempre dão preferência às insuperáveis Poltronas Cimo quando das montagens de seus cinemas, em número cada vez maior.

Uma tal escolha partindo de cinematografistas dessa importância e conceito, com base, portanto, numa grande experiência do ramo, confirma plenamente a qualidade inimitável daquelas poltronas.

Para o Cine D. Pedro, de Santos, M. Freixo & Cia. Ltda. selecionaram as afamadas poltronas modelo Roxy com assentos estofados em couro, fabricadas por Móveis Cimo S. A., demonstrando, mais uma vez, a confiança irrestrita que depositam nas poltronas Cimo, qualidade preferida pelos exibidores experientes quando têm por objetivo a aquisição de um artigo que reúna as características inconfundíveis de mais conforto, grande durabilidade e linha de desenho perfeito.



Cumprimentando o Sr. Vaz da Silva, Inspetor Geral de Vendas de Móveis Cimo S. A., vê-se o Sr. Djalma Freixo, assistido por seu irmão Sr. Jaime Freixo, titulares da firma M. Freixo & Cia. Ltda., proprietária de importantes cinemas em Santos dos quais se destaca o imponente Iporanga, também mobiliado com as poltronas estofadas Cimo

FONTE: Semanário Cinematográfico Cine-Repórter. 06 jul. 1955, p. 9. HDB.

1.4 MARTIN ZIPPERER: TÉCNICO E INVENTOR

Entre as experiências profissionais de Martin Zipperer em São Paulo, a discussão legislativa sobre a fixação e instalação das poltronas e a primeira encomenda no Cine Selecto em Santos, houve o processo de seu ingresso na Móveis CIMO S.A. Martin foi consultado por Jorge Zipperer por conta de um problema decorrente de desperdício de madeira. No processo de exportação da imbuia, a partir de tábuas, sobravam muitas aparas que, segundo Jorge, poderiam ser aproveitadas para otimizar lucros.

Nos capítulos II e III do texto *Reminiscências do Ano 1921*, publicados em novembro e dezembro de 1973⁷⁶, respectivamente, Martin Zipperer comenta esse processo e o que o levou a aceitar o convite de seu irmão para montar uma produção de cadeiras em Rio Negrinho.

⁷⁶ Agradeço a pesquisadora Débora Cristina Peyerl por me enviar uma fotografia do exemplar de dezembro de 1973, pois esse número não foi encontrado no Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho.

Willy Jung [primeiro sócio de Jorge Zipperer] havia falecido em março de 1918, com a epidemia da gripe espanhola, tomando o seu lugar na Cia. o Sr. André Ehrl, naquele mesmo ano. Perceberam que a exportação de imbuia – que só podia ser de qualidade deixava muitas aparas e que estas deviam ser aproveitadas. Consultando-me a respeito – eu tinha uma pequena Oficina de Móveis em São Paulo, do que seria mais útil, sugeri que o melhor aproveitamento seria para pés de cadeiras – 45 x 4 x 4 (taco ainda não se conhecia na época). Com um bom conhecido – Antonio Barone, Rua dos Italianos, em São Paulo, o qual produzia cadeiras para salas de jantar, consegui colocação para essas aparas de madeira, mas o consumo era pouco (ZIPPERER, 1973a, p. 2).

Segundo essas situações retomadas pelas memórias de Martin Zipperer, é possível inferir como se davam algumas relações que podem contribuir para a análise. Inicialmente chama a atenção como ele mesmo se coloca no diálogo entre o irmão com o respectivo sócio: foi consultado a respeito, tal qual um especialista. Talvez essa autoridade tenha sido construída durante seu período profissional em São Paulo e sua atuação nas empresas já citadas.

Ele indica seu conhecimento em gestão, mas ratifica e enfatiza seu conhecimento técnico em madeira, pois especifica as dimensões das aparas e seu uso mais adequado (pés para cadeiras). Logo em seguida, ele expõe um perfil de colaboração e de circulação de saberes – e, evidentemente, de negócios – com outros empresários, nesse caso, com Antônio Barone.⁷⁷

Essa perspectiva foi confirmada no capítulo seguinte das recordações de Martin Zipperer, em que expõe sua relação com outros empresários, marceneiros e empresas do ramo de móveis, e uma circulação ativa de conhecimento técnico, concluindo com um breve relato sobre a resolução do problema das aparas com uma adaptação, a partir de diálogo com um operário em sua oficina.

⁷⁷ De fato, Antonio Barone possuía uma empresa na Rua dos Italianos, nº 101, no bairro do Bom Retiro, em São Paulo. Seu estabelecimento era chamado de Marcenaria Carioca, segundo o *Almanak Laemmert* (ANNUARIO, 1920, p. 4581). No entanto, pode ter sido uma empresa pequena, que atendia o bairro e uma região diminuta, pois não encontrei anúncios da marcenaria. Havia também o profissional Antonio L. Barone, que trabalhava com distribuição de fitas e chegou a ser exibidor, sendo proprietário de importantes salas. Não consegui, no entanto, encontrar alguma ligação entre ambos, pai e filho, por exemplo, ou se eram apenas homônimos.

Já naquela época existia em São Bernardo (S. Paulo) uma regular fábrica de Cadeiras – Cia. Streif. Oferecemos os nossos pés de cadeiras, mas não puderam resolver já a respeito. Quando, em outra ocasião voltamos, informaram que, apesar do preço ser razoável, não podiam utilizar a nossa oferta, pois fabricavam cadeiras de madeira canelinha e grumixava – madeiras inferiores – e se fizessem as suas cadeiras de imbuia – madeira nobre, não mais venderiam as fabricadas de madeiras inferiores.

A Cia. Streif fabricava cadeiras em peças torneadas e vendia-as montadas. Examinando o problema com o irmão Jorge, veio-lhe a ideia que nós mesmos poderíamos fabricar cadeiras em Rio Negrinho, aproveitando as aparas de madeira de Imbuia.

Estávamos no mês de junho e era o dia 24 [do ano de 1921]. Fiquei para estudar o caso, pois cadeiras produzidas em Rio Negrinho, a ser vendida em São Paulo, tinha que ser desmontável, pois o volume era demasiado grande.

Iniciei experiências e fiz cadeiras a moda Streif, com contra fortes entre os pés. Mas isso não satisfiz.

Entre os operários que eu tive, havia um velho Yugoslavo, mas que falava alemão. Conteí a ele o que estava estudando. Contou-me, então, que na terra dele trabalhava em uma fábrica de cadeiras de madeira vergada e fazia arcos para ligar os pés. Contou também que as ripas deviam ser amolecidas em água ou vapor e depois dentro de uma armação de fios de aço vergados por cima de um modelo.

Imediatamente mandei fazer uma forma de folha de flandres, ao comprimento das ripas e em cima de um fogão de boca cozinhamos as ripas e não demorou, o primeiro arco estava vergado, mesmo com o esforço manual.

Estava resolvido o problema que seria o futuro de uma fábrica de cadeiras em Rio Negrinho (ZIPPERER, 1973b, p. 1).

Inicialmente, é importante fazer uma análise sobre a Cia. Streiff, pois mobiliza questões sobre a formação da Móveis CIMO S.A. A Companhia Streiff foi fundada em 1897, nas imediações da estação de São Bernardo da São Paulo Railway.⁷⁸

Faço aqui uma comparação sobre as semelhanças desta fábrica com a Móveis Cimo S.A. A Companhia Streiff também foi fundada por dois irmãos migrantes, Rudolph Streiff (1873-1959) e Felix Streiff (1874-?).⁷⁹ Não há consenso em relação a origem geográfica da família, ora como Glarus, uma pequena comuna a leste da Suíça, ora como Viena, capital da Áustria. De todo modo, é uma região próxima à da família de Jorge e Martin Zipperer, o sul da Alemanha, entre a Suíça e a Áustria. Se houve uma negociação diretamente entre os Zipperer e os Streiff, possivelmente ela ocorreu em alemão.

⁷⁸ Atualmente a estação se chama Santo André – Prefeito Celso Daniel, e fica no município de Santo André, após o distrito de Santo André ser elevado a sede de município, e não mais a vila de São Bernardo, criando assim o município de Santo André.

⁷⁹ A grafia pode variar, a depender da fonte, e Rudolph ser escrito como Rodolfo e Felix como Felício.

Na *Revista São Paulo Moderno*,⁸⁰ publicada em 1919 pela Empresa Editora (figura 22), há uma página dedicada à Companhia Streiff. Ainda que de forma resumida e em uma publicação laudatória, há alguns elementos para a compreensão do funcionamento da empresa dos Streiff.

FIGURA 22 - REPORTAGEM SOBRE A COMPANHIA STREIFF

SAO PAULO MODERNO — EMPRESA EDITORA 297

Companhia Streiff de São Bernardo

SOCIEDADE ANONYMA




Os Irmãos Streiff - Adiantados Industriais em São Bernardo

ESTA poderosa Companhia que tem um capital de Rs. 550.000:000, effectua suas vendas à dinheiro e à credito, tendo como banqueiros o National City Bank of New York e a Banca Franceza e Italiana per l'America del Sud, e vende os seus productos em todos os Estados do Brasil, sómente por atacado, tendo varios viajantes que percorrem o Norte do Paiz. Aqui como em toda a parte, isto é, em todo o Brasil, os artigos manufacturados pela Companhia, são muito acreditados pela perfeição com que são fabricados.

Os escriptorios e a fabrica da Companhia, encontram-se á rua Oliveira Lima, 10, na Estação de S. Bernardo e occupam uma arca de 2.000 metrs.² tudo de propriedade da Companhia.

A *Companhia Streiff*, está dividida em varias secções, possui um enorme aparelhamento moderno e aperfeçoado para a fabricação de cadeiras, moveis e uma grande serraria. Seria ocioso entrar nos detalhes de todas as ma-

chinas e accessorios que utiliza esta industria, taes como: tornos, furadores, serras, lixadeiras, etc. basta dizer que os Srs. Streiff, sempre ciosos de sua supremacia industrial, nunca pouparam sacrificios para melhorar o estabelecimento da Companhia.

As madeiras empregadas pela *Companhia Streiff* são todas nacionaes, e na maior parte são extrahidas das grandes mattas de sua propriedade. Ahi, estabeleceram um ramal ferreo para o transporte de madeiras, que vem até a Estação de "Rio Grande". Cumpre accrescentar, que nesse mesmo local em terras de sua propriedade, a Companhia possui grandes plantações de eucalptus, casuarinas, pinheiros do Paraná, etc.

Juntamente com estas notas publicamos uma vista da *Companhia Streiff*, por onde o leitor poderá melhor aquilatar do valor deste importante estabelecimento, e os retratos dos irmãos *Streiff*, personalidades de alto destaque nas altas espheras commercial e social, onde gozam de sinceras amizades.



Aspecto da Fabrica da Cia. Streiff de São Bernardo

FONTE: Revista São Paulo Moderno. 1919, p. 297. HDB.

⁸⁰ A revista era uma publicação única, sobre cada estado brasileiro. Segundo seu editorial, seu objetivo era a "vulgarização patriótica das riquezas, dos recursos, da vida literaria e artistica, da capacidade industrial e productiva do paiz" (PROLOGO, 1919, p. 4).

É possível verificar a presença de representantes comerciais, a venda por atacado, a diversificação da produção, a proximidade com a ferrovia para recebimento de matéria-prima e escoamento da produção (COMPANHIA, 1919, p. 297), ou seja, elementos comerciais que também são semelhantes aos da Móveis CIMO S.A.

De fato, não foi encontrado nenhum anúncio em que as cadeiras Streiff fossem representadas. Apenas essa reportagem dá conta de que uma das produções era para atender o mercado cinematográfico. Nesse período, então, a Companhia Streiff já era uma concorrente da Móveis CIMO S.A., ainda que tenha tido pouca projeção nas vendas para salas de cinema. Inclusive, o modelo apresentado na figura 24, ao menos visualmente, é inferior aos modelos da Móveis CIMO S.A., pois não parece conter nem as dobradiças do assento, ainda que tenha os braços e o apoio para os pés.

FIGURA 23 - REPORTAGEM SOBRE A COMPANHIA STREIFF

**O progresso de uma cidade -
Reflexo do progresso de um Estado**

A COMPANHIA STREIFF DE S. BERNARDO

U que pôde fazer o esforço inteligente

Outra alta expressão do progresso de S. Bernardo -- reflexo seguro do engrandecimento de um Estado, é, por sem dúvida, a Companhia Streiff de S. Bernardo, que, com empresa em Rio Grande (S. Paulo Railway) além do Rio Grande, estendendo-se por 12 kilometros de linha-tronco.

A Companhia, para facilitar o transporte de material explorado nessa propriedade, possui duas locomotivas de 25 e 40 cavalos e numeroso material rodante.

H. P. de uma utilidade notável, usado em aproveitamento inteligente. Computa a dita propriedade muito lucro, de excelência tecnológica, para o fabrico de telhas e tijolos. Está aqui em traços, ainda que referidos a extensão de tudo o que vi-

do os grandes movimentos ainda não tinham de todo atingido S. Paulo, estendendo-lhe a história do alviantamento, que hoje assombra seus nobres filhos.

Em 1911 aquellos explicitos progressistas, elles sempre fitos na grandeza de uma terra, fundiram-se em sociedade anónima, adoptando-se a razão de Companhia Streiff S. Bernardo, que é a que ainda vigora.

A grande fabrica de cadeiras e demais moveis funciona à rua Oliveira Lima, 40, em pacíficos instalações cuidadosamente, com collocações distintas, numa área de 29.000 m. q.

O capital social, indice seguro de seu valor, é de 800 contos, quantia que representa esforço, operosidade, inteligência.

As machinas que produzem os moveis são movidas a vapor.

A companhia emprega para seus serviços cento e cinquenta operarios em S. Bernardo e cem na empresa de Rio Grande.

Dois seções distintas são montadas. A primeira, em S. Bernardo, se dedica exclusivamente à fabrica de cadeiras e moveis.

É de 19.000 duzias a produção mensal annual de cadeiras que se vendem no Estado de São Paulo e se exportam para outros pontos da Federação.

A segunda seção é essencialmente agricola.

Abrange extensas matas e explora os seus productos derivados, como madeira para uso da industria em S. Bernardo, lenha, carvão, etc.

É em Rio Grande (S.P.R.).

Ha ali, ainda tres clarias, cujo serviços têm optimo aproveitamento.

A vasta propriedade, de 1.500 alqueires, é servida pela S. Paulo Railway e por outra linha, de propriedade da Companhia, que parte da estação de

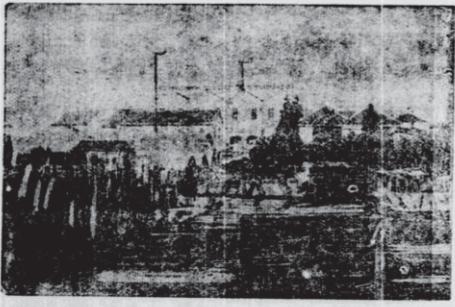
AS GRANDES OFFICINAS DA COMP. STREIFF DE S. BERNARDO

Não se falando, com mais detalhes, na madeira de qualidade excelente, de sistemas consignado, num registro que vale por uma admiração, que essa propriedade é rica, ainda em mineras, como quartzos e kaolin, possuindo, mais, um bellissimo salto denominado "Trinquete", cuja queda é avaliada em 1.600 metros em S. Bernardo e na estação de Rio Grande.

Tudo de grandioso, e acrescentamos como justiça, mais que uma homenagem a esse grande elemento de progresso que é, para felicidade nossa, a Companhia Streiff de S. Bernardo.



Typo de poltronas para cinemas

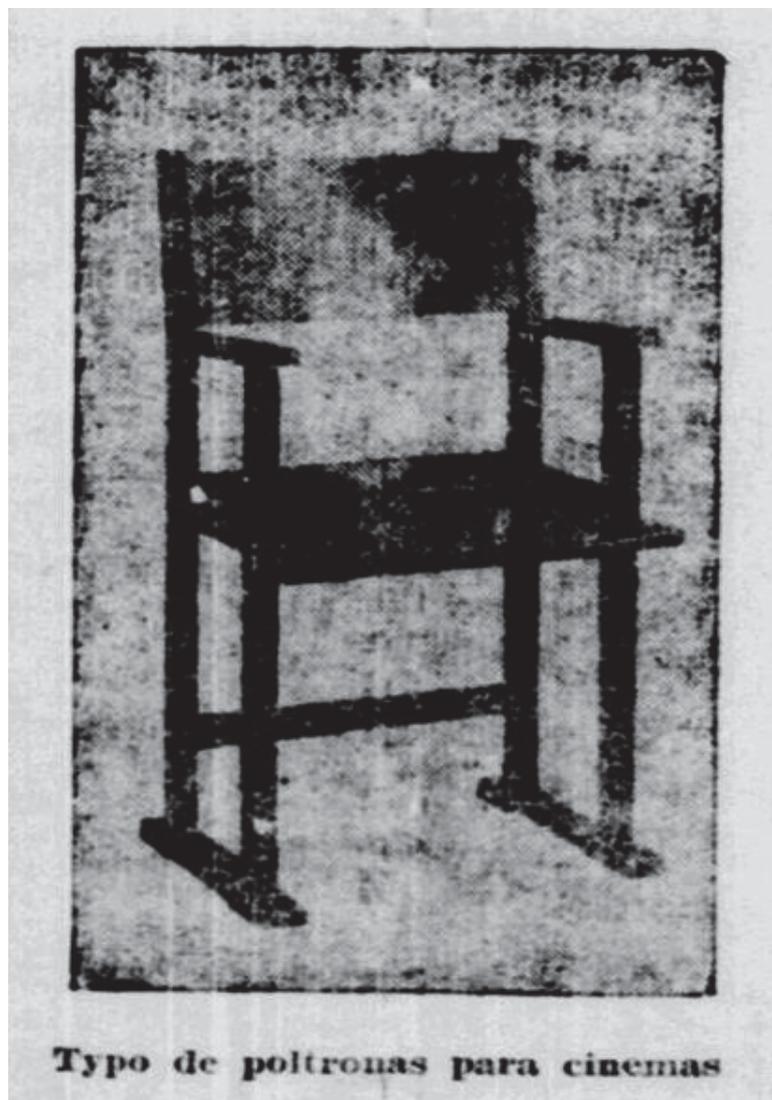


fabricao de cadeiras e mais moveis, abrange toda um plano de intensificação comercial e industrial em encaixes diversos.

O estabelecimento data de 1883.

Fundaram-no os Irmãos Streiff, quan-

FIGURA 24 - REPORTAGEM SOBRE A COMPANHIA STREIFF



FONTE: Jornal O Combate. 11 set. 1926, p. 6. HDB.

Retomando o texto de Martin Zipperer, infere-se que a Companhia Streiff, mais que uma empresa que poderia comprar as aparas, foi uma inspiradora. Como já observado, era uma organização familiar, de origem europeia. Por outro lado, Martin Zipperer observou questões técnicas e projetou o mobiliário da Móveis CIMO S.A. de maneira diversa aos Streiff: madeira vergada (e mais tarde compensada) no lugar de torneada; cadeiras vendidas desmontadas, no lugar de montadas; e a exploração da madeira imbuia, no lugar da canelinha e grumixava. Assim, Martin

Zipperer, junto com seu irmão, não replicou um padrão já consolidado, mas o reinterpretou com uma abordagem própria.

A partir do texto das memórias de Martin Zipperer, parece que esse foi o evento inicial para a produção em Rio Negrinho. A ideia de montar uma produção própria partiu de Jorge Zipperer, mas a viabilidade técnica seria estudada por Martin Zipperer, que tinha como evidente que o destino comercial deveria ser São Paulo (intrigante notar que Martin Zipperer não cita a primeira encomenda para o Cine Selecto em suas memórias).

A parte inventiva de Martin Zipperer é exposta em seguida: o estudo com contrafortes (com inspiração das cadeiras Streiff, que demonstra que o vínculo exitia) não satisfaz. O episódio com o operário “Yugoslavo” é revelador. Inicialmente recorda a técnica de Michael Thonet (1796-1871) para vergar a madeira. O próprio Martin Zipperer destaca que sendo da Iugoslávia tinha entre seus conhecimentos o idioma alemão, o que pode indicar que circulava na região do sul da Áustria ou até tenha trabalhado em empresas austríacas. Infelizmente seu nome não foi mencionado e em outras fontes não há créditos a ele.

O filósofo Richard Sennett na obra *O Artífice* explora o espaço da oficina como um articulador de hierarquias, entre o mestre e o aprendiz. No caso de Martin Zipperer e o “velho Yugoslavo” essa hierarquia é parcialmente fluída: Zipperer tinha uma autoridade sobre o tema das aparas, mas a solução concreta foi realizada em conjunto, a partir de um operário, que certamente não era aprendiz, mas pelas relações de trabalho estava hierarquicamente abaixo.

É interessante identificar que Martin Zipperer relata esse evento, talvez valorizando esse caráter coletivo das oficinas do ofício da marcenaria, como sintetiza Sennett: “A oficina do artífice é um lugar em que o conflito moderno e talvez sem solução entre a autonomia e autoridade se exaure” (SENNETT, 2015, p. 95).

De fato, Martin Zipperer continuou sendo nomeado como técnico e inventor no período inicial da Móveis CIMO S.A., inclusive de forma negativa. Um dos representantes da Móveis CIMO S.A., Gustavo Zieglitz, escreveu uma carta em 8 de abril de 1935, endereçada a Jorge Zipperer enquanto este visitava outro representante, Paulo Kastrup, no Rio de Janeiro. Na carta ele dizia que

as poltronas para a Sociedade Theosophica vieram, porem, não o typo 'OPERA' que os mesmos encomendaram. O Martin **inventou** um novo typo, provido de ferragens, que tem alguns prós e muitos contras. O sr. Coutinho e o seu socio não acceitam estas poltronas de forma nenhuma, porque o modelo é, realmente, muito differente daquillo que era o "opera" anteriormente. Tambem os assentos são differente, muito menos curvados e balançam em demasia quando ocupado. Isto é um grande inconveniente. Peço-te o favor de não seguir dahi directo para Rio Negrinho mas sim vir primeiramente ver este caso e auxiliar-me a 'destrinchar' esta questão (ZIEGLITZ, 1935, grifo nosso).

Gustavo Ziegletz, responsável pela venda e pelo recebimento das queixas dos clientes, enfatizou que Martin Zipperer fez um invento a revelia do pedido inicial, causando um transtorno. Talvez essa situação tenha ocorrido outras vezes e com outros clientes, pois Zieglitz parecia incomodado. Uma das razões foi o uso de ferragens, que de fato foi algo por certo tempo ignorado pela Móveis CIMO S.A., que valorizava o uso integral da madeira. É interessante notar também que a carta era endereçada a Jorge Zipperer, ratificando que este cumpria o papel de gestor, enquanto Martin era o inventor, e, pelo que parece, não chegou a ser questionado diretamente.

Dois dias depois, em 10 de abril de 1935, o problema foi resolvido por Jorge Zipperer, a partir do Rio de Janeiro, durante sua visita a Paulo Kastrup: "A nossa firma se prontifica a substituir as cadeiras fornecidas á Loja de São Paulo da Sociedade Theosophica no Brasil, que no intuito de melhor servir a dita sociedade, remetemos do nosso novo modelo 'Atlantica'" (ZIPPERER, 1935).

Em 1937, em uma carta enviada da Jorge Zipperer & Cia. para Gustavo Zieglitz (não há assinatura de quem escreveu), há outros indícios do caráter inventivo de Martin Zipperer, desta vez de forma positiva, inclusive com a defesa do uso das ferragens, que em 1935 foi motivo de várias críticas.

A presente carta tem por único fim tratar dos preços etc. das poltronas cujo mostruário em 19 do corrente lhe mandamos via Santos. Mostruario este que se destinava para o Snr. [J.B.] Andrade.

Segue hoje para ahi [São Paulo], sendo portador da presente nosso chefe Snr. Jorge Zipperer e em seguida lhe damos algumas explicações e detalhes importante quanto às diversas novidades que applicamos n'estas novas poltronas.

As poltronas que mandamos são:

1 poltronas "Trianon" com suportes de madeira e borboletas de madeira

1 poltrona "Urania"

1 poltrona "Urania" com jogos de ferro, i. é typo novo nosso

1 poltrona "Atlantica" bem igual á poltrona com qual foi mobiliado a "Ufa" em S. Paulo

1 poltrona "Atlantica" com jogos de ferro typo novo nosso. [...]

Quanto aos jogos de ferragens que mandamos uma poltrona "Urania" e uma "Atlantica" trata-se d'uma **nova invenção nossa**, muito mais simples e um pouco mais barata que a patente do Snr. Kastrup. Com esta ferragen evita-se as borboletas, pinos etc. peças que somente contribuíram para causar ruídos. Esta nova ferragem funciona bem leve e possui um mecanismo que permite de deixar parado o assento em qualquer posição (JORGE ZIPPERER 7 CIA., 1937, grifo nosso).

A novidade, nesse trecho, é um assunto comercial, econômico e funcional: a diminuição ou anulação dos ruídos, que é vantajoso no caso de espaços como cinemas, teatros e auditórios, e a possibilidade de deixar o assento firmemente posicionado. Talvez essa melhoria, esse "invento", foi uma resposta de Martin Zipperer a Zieglitz pelo episódio com a Sociedade Teosófica.

O pesquisador Gui Bonsiepe chama a atenção para a questão da invenção como um dos vetores para a inovação, sobretudo em contextos de países em desenvolvimento na prática do design (BONSIEPE, 2019, p. 258). Ou seja, a figura do inventor e suas invenções era uma forma de competir em um mercado internacional com produtos fabricados fora dos grandes centros. E, apesar da Móveis CIMO S.A. não ter tido proeminência fora do Brasil, parecia não se preocupar com concorrentes estrangeiros, pois viabilizava internamente um produto adequado.

É interessante notar que desde os anos 1920 Martin Zipperer relata vias de inovação, seja em questões projetuais ou até mesmo comerciais, como exposto em suas memórias, ainda que a invenção, no caso narrado por Zieglitz, não foi bem acolhida por não ter sido bem comunicada.

No mesmo ano de 1935, para o preenchimento de uma declaração como base de crédito da agência mercantil R. G. Dun & Bradstreet Company, na descrição do quadro de sócios, Jorge Zipperer é descrito como diretor, enquanto Martin

Zipperer é descrito como “técnico”, mesmo tendo uma grande parte das cotas de capital da empresa (DECLARAÇÃO, 1935).

No anúncio de sua chapa para a legislatura de 1936 da Câmara Municipal de São Bento, ele foi descrito como “filho de um dos pioneiros deste Município, socio da grandiosa firma Jorge Zipperer & Cia., em Rio Negrinho, **tecnico de grandes recursos**, o homem que tem sob sua direção centenas de operários (VOTE, 1936, p. 2, grifos nossos).

Assim, Martin Zipperer emerge, nesse momento inicial da Móveis CIMO S.A., como uma figura chave na articulação entre o saber técnico e comercial. Seu percurso, ancorado nas experiências vividas em São Paulo, na facilidade do trabalho com a imbuia, na formação de sua rede de contatos e na exploração de um negócio em expansão - as salas de cinema – revela que havia uma busca eficiente para uma melhor adequação aos espetáculos a partir da poltrona e a tecnologia que a envolvia.

A permanência dessa imagem pública de Martin Zipperer como técnico e inventor não apenas consolidou a narrativa fundadora da Móveis CIMO S.A., como também, a partir da década de 1940, permitiu uma inflexão no modo como a empresa se posicionava. A autoridade técnica, legitimada pela figura de Martin, abriu caminho, de modo contraditório, para uma comunicação institucional mais alinhada ao universo cultural da exibição cinematográfica, como será explorado no capítulo 3, quando os móveis deixam de ser apenas peças funcionais e passam a participar da construção simbólica das salas de cinema modernas.

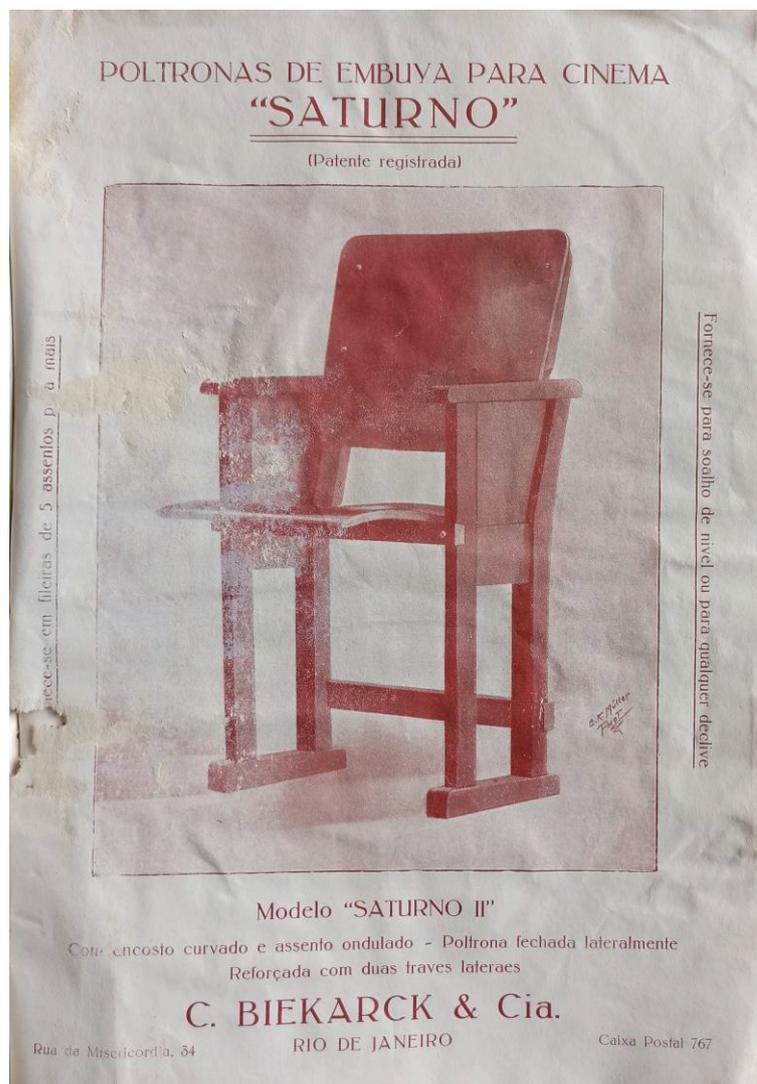
1.5 OS REPRESENTANTES COMERCIAIS E A MUDANÇA DE SEDE

Um dos documentos que mais chamou a atenção no Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho foi um catálogo produzido por uma empresa chamada C. Biekarck & Cia. (figura 25), localizada no Rio de Janeiro. As dúvidas iniciais estiveram centradas se a Móveis CIMO S.A. mantinha um acervo de catálogos para eventualmente estudar modelos de outras fábricas e produzir réplicas. No entanto, pesquisando mais a fundo, observa-se que a C. Biekarck & Cia. pode ter sido a primeira representação comercial da Móveis CIMO S.A.

Maria Angélica Santi dedicou um tópico sobre as formas de comercialização da Móveis CIMO S.A. Para a pesquisadora, durante as décadas de 1920 e 1930, a

representação comercial, com o apoio dos catálogos impressos, foi a principal forma de colocação da fábrica no mercado de mobiliário, ainda que tenha vivido momentos de fragilidade e crises (SANTI, 2000, p. 164).

FIGURA 25 - CATÁLOGO DA C. BIEKARCK & CIA.



FONTE: Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. Sem data.

Tal formato de comercialização foi mobilizada para garantir a viabilidade econômica no contexto geográfico do Brasil, uma vez que os irmãos Zipperer não conseguiam circular nas capitais para fechar negócios, e porque inicialmente não havia um estoque, mas apenas encomendas via catálogo.

Santi não menciona a representação comercial da C. Biekarck & Cia., tampouco há documentos que comprovem essa relação. No entanto, há diversos indícios.

Na página do catálogo, sem data, há a informação de que é uma poltrona produzida com imbuia, e que esse modelo, “Saturno II”, tem o encosto curvado e o assento ondulado. Pode ser encomendada com filas de até 5 assentos e que pode ser instalada em terrenos nivelados ou em declive.

C. Biekarck era a alcunha comercial de Carlos Biekarck. Desde a década de 1920, Biekarck era conhecido no ramo cinematográfico por representar diversas firmas de prestígio, como a First National no Brasil. Inclusive, em uma entrevista concedida à *Revista Cinearte*, e que repercutiu em muitas pesquisas, Biekarck afirma.

As boas produções vindas da America do Norte começaram a exigir bons Cinemas. Os bons Cinemas, por sua vez, não podiam oferecer conforto por preços baixos. Augmentadas as entradas os frequentadores a ellas não se sujeitaram se não tivessem accomodações que lhes permitissem bem-estar. Dahi explicar-se, numa curiosa successão de interesses a evolução do Cinema do Brasil (BIEKARCK, 1929, p. 31).

A Móveis CIMO S.A. possivelmente fez parte dessa “curiosa successão de interesses” que aponta Biekarck, afinal, ela foi, ao mesmo, uma das principais promotoras e beneficiárias desse movimento de melhoramento das acomodações das salas de cinema. Não é de estranhar, então, que Biekarck tivesse participado desse mercado representando a Móveis CIMO S.A. nessa fase inicial.

Na *Revista Cinearte* há alguns anúncios da C. Biekarck & Cia. exclusivos de poltronas. Em 1926, com a manchete “Grandes films requerem grandes casas e poltronas confortáveis!” (confirmando a ideia que o próprio Biekarck expressou em sua entrevista em 1929), o anúncio de meia página (figura 26) possui uma ilustração de poltronas semelhantes das que estão presentes no anúncio sobre o Cine Selecto (conforme figura 18), com a descrição de que os orçamentos seriam realizados mediante catálogo e com o detalhe que interessa aqui: “Fabricação de Santa Catharina” (GRANDES, 1926, p. 4). No entanto, não havia nenhuma menção sobre qual empresa fabricou.

FIGURA 26 - ANÚNCIO DA C. BIEKARCK & CIA.

**GRANDES FILMS REQUEREM GRANDES CASAS
E POLTRONAS CONFORTAVEIS !**



A época actual é de CONFORTO, COMMODIDADE e ELEGANCIA !

As poltronas do seu Cinema offerecem todos estes requisitos ?

Não será aconselhavel fazer uma reforma, gastando pouco dinheiro para auferir maiores lucros depois ?

Não vacille, escreva já, pedindo catalogo illustrado e orçamento. Temos mais de 30 modelos differentes de poltronas, de preços desde Rs. 18\$000 até 30\$000.

Fabricação de Santa Catharina, garantida e duravel

End. teleg. BIEKARCK	C. B I E K A R C K & C I A . Rua da Misericordia n. 34. — <i>Rio de Janeiro.</i>	Tel. C. 4081. C. Postal 767.
-------------------------	---	---------------------------------

FONTE: Revista Cinearte. 03 nov. 1926, p. 4. HDB.

Em 1928, ainda na *Cinearte*, há outro anúncio de meia página (figura 27), com a manchete “Poltronas para cinemas e Theatros, de finíssima imbuva paranaense” (POLTRONAS, 1928, p. 177). A ilustração já não é mais do modelo Saturno II, mas de outro modelo, o Perfecta (figura 28), com mais curvatura, ornamentos e robustez.

No texto também há a seguinte informação: “Industria Nacional, premiada com duas medalhas de ouro na Exposição do Centenario em 1922” (POLTRONAS, 1928, p. 177). A única empresa catarinense de mobiliário que ganhou duas medalhas de ouro na Exposição Internacional de Centenário da Independência foi a Móveis CIMO S.A., no período chamada de A. Ehrl & Cia., e ganhadora nas classes 13 e 14 (“Instrumentos de música e material e acessórios de arte teatral”) e na classe 64 (“Móveis baratos e móveis de luxo”) (LIVRO, 1923, p. 303 - 304; EXPOSIÇÃO, 1923, p. 3).

Em 3 de janeiro de 1926, no *Correio da Manhã*, jornal diário carioca, em uma página com diversos anúncios sobre os cinemas da cidade, que, nesse período, estavam em expansão e ascensão, outro anúncio chama a atenção (figura 29), diferente dos habituais sobre a programação e filmes. A manchete repete a fórmula

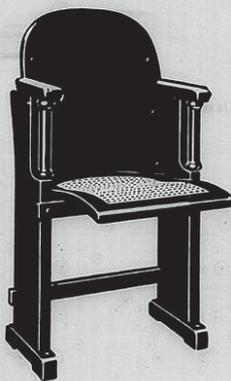
conhecida de Biekarck: “Poltronas para Cinema executadas em finíssima inbuya do Paraná”. Logo abaixo segue a faixa de preços e outra frase destacada: “Uma poltrona confortável é a maior reclame para um cinema!” (POLTRONAS, 1926, p. 9).

FIGURA 27 - ANÚNCIO DA C. BIEKARCK & CIA.

**POLTRONAS PARA CINEMAS E THEATROS,
DE FINISSIMA IMBUYA PARANAENSE**

**Industria Nacional,
premiada com duas medalhas
de ouro na
Exposição do Centenario
em 1922.**

Forneca-se nas cores: natural (clara ou escura), nogueira e acaju (mohogonó), em filas de 5 assentos para mais, e para soalho de nivel ou para qualquer declive.



**A ultima palavra em
commodidade, resistencia e
elegancia.
Assento ondulado, modulado ou
empalhado**

Peçam catalogo illustrado
— e —
orçamento completo, indicando a quantidade de filas, e quantos assentos em cada fila.

C. BIEKARCK & CIA.
RUA DA MISERICORDIA N. 34
RIO DE JANEIRO

Endereço telegraphico: **BIEKARCK** Caixa Postal. 767
Telephone: Central 4081

FONTE: Revista Cinearte. 1928 (edição álbum), p. 177. HDB.

Os anúncios das figuras 26 e 27 foram publicados na *Cinearte*, portanto, estavam alinhados com o perfil da revista. Este último, no entanto, foi publicado na imprensa diária de grande circulação. Ainda assim, nota-se o apelo da poltrona como fator de escolha para um cinema (ou seja, um anúncio destinado a exibidores e ao público em geral). Em uma cidade com diversas ofertas de salas e programas semelhantes, talvez itens estruturais poderiam fazer diferença.

Ainda em 1926, Biekarck fez uma divulgação das poltronas a partir da reabertura do Cine Theatro Avenida, pertencente, nesse momento, a empresa de Luiz Severiano Ribeiro (figura 30). Ou seja, é um registro de que a representação no Rio de Janeiro dava algum resultado e a Móveis CIMO S.A. passava a ser conhecida, inclusive no para o empresário que passaria a gerenciar um grande circuito.

Será inaugurado hoje com poltronas fornecidas por C. Biekarck & Cia. (Splendid Programma), representante nesta Capital da unica fabrica no genero especialista no Brasil. Fabricadas em fina embuya catharinense, com esmero e optimo acabamento. [...] Poltronas e cadeiras de diversos typos e preços (CINE, 1926, p. 7).

FIGURA 28 - CAPA DE CATÁLOGO JORGE ZIPPERER & CIA.



FONTE: Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. Sem data.

Uma coisa fica evidente. Biekarck investiu na publicidade das poltronas e sabia vender. O que intriga, nesse caso, é porque a C. Biekarck & Cia. não menciona a fábrica que representa. Por outro lado, a Móveis CIMO S.A. também não

cita esse representante, e uma das poucas evidências dessa relação é a presença do catálogo em seu arquivo. Por que não houve uma proximidade mais explícita? Biekarck era, então, um representante ou um revendedor?

FIGURA 29 - ANÚNCIO DA C. BIEKARCK & CIA.

Poltronas para Cinema
EXECUTADAS EM FINISSIMA INBUYA DO PARANA'

Preços desde Rs. 15\$000 até 30\$000 postos no Rio.
 Visitem a nossa exposição de amostras, ou peçam catalogos e photographias que enviamos gratuitamente.

**Uma poltrona confortavel é a maior
 reclame para um cinema?**

Representantes para o Rio, Minas e todo o Norte

C. BIEKARCK & Cia.
 RUA MISERICORDIA N. 34
 RIO DE JANEIRO

Caixa postal, 767
 (3238)

FONTE: Correio da Manhã. 03 jan. 1926, p. 9. HDB.

Para Maria Angélica Santi a representação comercial iniciou em São Paulo, que no período estava conquistando sua importância no cenário artístico, cultural e de espetáculos, mas que no Rio de Janeiro, a capital do país, já estava em uma etapa de consolidação.

Além do mais, como já exposto, Carlos Biekarck era um famoso comerciante do ramo cinematográfico, e certamente colaborou para que a Móveis CIMO S.A. estivesse em um circuito bastante privilegiado de contatos e negócios.

A partir da década de 1930 não foram encontrados mais anúncios da C. Biekarck & Cia. comercializando as poltronas da Móveis CIMO S.A. Houve uma quebra de contrato? Algum conflito comercial? Ou uma crise no setor que não fez que as vendas fossem lucrativas para ambas as empresas? No entanto, diversos representantes foram mobilizados a partir das décadas de 1920 e 1930 e

contribuíram para o desenvolvimento e consolidação da Móveis CIMO S.A., mas focarei aqui na figura de quatro comerciantes: Gustavo Zieglitz e Eduardo Whitaker Penteado (São Paulo), Paulo Kastrup (Rio de Janeiro) e Raymundo Egg (Curitiba).⁸¹

FIGURA 30 - ANÚNCIO DA C. BIEKARCK & CIA.

CINE THEATRO AVENIDA
 (RUA HADDOCK LOBO 91)
 Será inaugurado hoje com poltronas fornecidas por
C. BIEKARCK & CIA. (Splendid Programm), repre-
 sentantes nesta Capital da unioa fabrica no genero
 especialista no Brasil

Fabricadas em fina embuys catharinense, com esmero e optimo acabamento. Luxo e verdadeiro conforto. Entrega rapida e nunca fora do prazo estipulado. Poltronas e cadeiras de diversas typos e preços

Para demais informações, peçam catalogos e verifiquem
 o vasto mostruario com
C. BIEKARCK & CIA.
 RUA MISERICORDIA, 34
 CAIXA POSTAL 767
 RIO DE JANEIRO

FONTE: Correio da Manhã. 28 ago. 1926, p. 7. HDB.

Gustavo Zieglitz e Eduardo Whitaker Penteado representaram a Móveis CIMO S.A. em São Paulo. Há documentos que apontam que desde a virada da década de 1920 para 1930 Zieglitz já fazia parte dessa rede de comercialização. Em 1929 é possível verificar um anúncio de seu empreendimento, a Empresa

⁸¹ A Móveis CIMO S.A. ficou conhecida no Brasil a partir de seus representantes no Brasil. A análise centrada nas figuras de Eduardo Whitaker Penteado, Gustavo Zieglitz, Paulo Kastrup e Raymundo Egg é por uma questão de recorte. Outros representantes foram relacionados pela Móveis CIMO S.A., em diferentes ramos (caixas, móveis, poltronas, tábuas), tais como Alvaro Nuno Pereira, em Sorocaba/SP; Fernandez Gonzales, também no Rio de Janeiro; Gabriel Alencar Ferreira, em Belo Horizonte/MG; Carlos Laubisch & Hirth, mais um no Rio de Janeiro; W Dippon, em Porto Alegre; Lima & Albuquerque Ltda., em Fortaleza/CE; Germano Krueger, em Vitoria/ES; Laubisch & Hirth, em Recife/PR; Castro Lima & Cia., em Salvador/BA; e Liborio Soncini, em Florianópolis.

Cinematographica Pathé, com o mesmo modelo de poltrona vendido por Biekarck, o Perfecta (figura 31). Nota-se, no entanto, que foi seguido o mesmo padrão de não explicitar o nome do fabricante, apenas a ilustração do móvel e algumas características.

No referido anúncio também havia o apontamento de que estavam disponíveis 20 tipos de poltronas, chamando a atenção para a variedade de estilos, mas o modelo escolhido era o Perfecta. De fato, há um documento conservado no Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho sobre as vendas do ano de 1928 para São Paulo. Entre as poltronas de cinema, o modelo Perfecta foi o mais vendido, com 3092 unidades, seguido do modelo Alhambra nº 4, com 3055 unidades vendidas e o modelo Alhambra nº 3, com 2732 unidades comercializadas (MOVEIS, 1928).

FIGURA 31 - ANÚNCIO DA EMPREZA CINEMATOGRAFICA PATHÉ



FONTE: Diário Nacional. 14 jul. 1929, p. 21. HDB.

Outra questão é que não havia no anúncio qualquer menção ao endereço da Empresa Cinematographica Pathé, o que indica que era uma empresa conhecida, ao menos no ramo de produtos e equipamentos para cinema.

Há relatos que Gustavo Zieglitz iniciou sua trajetória no ramo cinematográfico em Curitiba, sua terra Natal, como funcionário de Francisco Serrador na Companhia Cinematográfica Brasileira. Mas só há registros de 1915, a partir da sociedade com Ignacio Castelo, “para a exploração de representação e intermediação de negócios, especialmente representação de casa de films cinematográficos etc.” (JUNTA, 1917, p. 252). Em 1920 já figurava como firma individual (JUNTA, 1920, p. 248).

O pesquisador Rafael de Luna Freire descreveu Zieglitz como “sumamente desconhecido”, apesar de ser citado em diversos momentos da história da exibição (FREIRE, 2018, p. 36), a partir da distribuição, da contribuição para a sonorização com o aparelho Sincrocine⁸² e por ser um comerciante de diversos equipamentos e insumos para o mercado cinematográfico (FREIRE, 2018, p. 37), tais como projetores, telas, lanternas, objetivas etc., ainda que, como comerciante, também trabalhava com importação de uma variedade de produtos, como meias, brinquedos, pianos e acessórios para automóveis. É um fato que Zieglitz era um nome importante para o mercado cinematográfico, e a parceria com esse agente deveria ser vantajosa para a Móveis CIMO S.A.

Segundo Maria Angélica Santi, a relação de Zieglitz com os Zipperer nasceu em 1927. No entanto, desde o início das transações, havia o problema com a “exigência de exclusividade desses representantes, o que veio a limitar a colocação dos produtos em outros estados” e assim diminuir as vendas, questão mitigada apenas em 1932 (SANTI, 2000, p. 163).

No Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho há uma cópia do contrato entre Jorge Zipperer & Cia. e a Empresa Cinematographica Pathé. Infelizmente não

⁸² Antônio Leão da Silva Neto, no *Dicionário de Filmes Brasileiros*, no verbete dedicado ao filme *Acabaram-se os otários*, diz que foi o primeiro “filme brasileiro inteiramente falado e cantado, com sincronização também de ruídos, inaugurando o sistema *synchrocine*, fabricado na Agência Pathé de Gustavo Zieglitz” (NETO, 2002, p. 26). Rafael de Luna Freire diz que era um “sistema de projeção criado especificamente para permitir a exibição dos filmes realizados por Luiz de Barros e seus sócios. Embora tivesse sido anunciado de forma irônica que o Sincrocine seria ainda melhor do que os projetores americanos por poder exibir não apenas os filmes de Hollywood, mas também os nacionais, ele era, sobretudo, uma forma de os produtores brasileiros permitirem o acesso do público aos seus próprios filmes” (FREIRE, 2013, p. 125).

é uma cópia assinada, então alguma cláusula pode ter sido alterada. No entanto, é possível ter uma ideia de como funcionava a exclusividade para a comercialização de poltronas.

O snr. Gustavo Zieglitz fica sendo, desta data em diante, o único representante para os Estados de São Paulo e Paraná e a parte de Minas, atinente a S. Paulo (Rêde sul-mineira) para a venda das poltronas para cinema, de fabricação dos srs. Jorge Zipperer & Comp., compreendendo POLTRONAS INTEIRAMENTE DE MADEIRA, de qualquer modelo ou typo actual ou que de futuro venham a crear, seja com assento e encosto inteiriço seja folheado (CONTRACTO, sem data).

Em outra cláusula também é possível observar o papel de Eduardo Whitaker Penteadado, que não revendia a poltrona, mas recebia encostos e assentos e instalava pés de ferro (ou seja, alterava o projeto inicial).

Ficam os srs. Jorge Zipperer & Comp. com o direito de fornecer á firma Eduardo W. Penteadado, [...] assentos e encostos folheados para a fabricação de poltronas com pé de ferro, que a referida firma poderá vender diretamente aos seus consumidores dentro dos limites traçados (CONTRACTO, sem data).

Tal exclusividade, somada ao fato de que a Móveis CIMO S.A. era representada sem a sua marca evidente, pode ter gerado muitos obstáculos para o crescimento do negócio e a consequente rescisão do contrato, como apontado por Maria Angélica Santi.

Soma-se a isso o fato de que a relação entre os irmãos Zipperer e Gustavo Zieglitz passou por instabilidades comerciais. Em uma carta de 2 de setembro de 1930, endereçada ao Bank of London & South America Ltda., Jorge Zipperer relata que Zieglitz estava endividado e não conseguia angariar mais clientes e pedidos.

Em virtude disto – não podendo a n/Fabrica ficar sem pedidos, fomos obrigados a fazer ver-lhe que por tínhamos de incumbir com a aquisição de pedidos além delle mais outra firma que folgado podia ir atraz dos freguezes, pois necessitávamos de pedidos em virtude de n/lealdade para com elle já a n/produccção tinha diminuído mais de 75% do antigo. O Snr. Gustavo Zieglitz que pelos componentes de n/firma foi tratado como Amigo intimo e até irmão, não consentiu nesta nossa proposta e quando mais lhe explicávamos as nn/razões tanto mais se recusou e fazia prevalecer o s/direito como único Representante de poltronas e não houve meio de harmonisar a sua attitude com a n/proposta, obrigando-nos desta maneira a entregar a n/Representação a outra firma (JORGE ZIPPERER 7 CIA., 1930, f. 2).

Em seguida relata que Zieglitz não acolheu bem a proposta oferecida pela Móveis CIMO S.A. de romper a exclusividade e teve um comportamento vingativo, empenhando-se, inclusive, segundo Jorge Zipperer, a registrar as denominações das poltronas pela Empreza Cinematographica Pathé.

O Snr. Zieglitz ultimamente está promovendo os maiores abusos para com a nossa firma, como vingança baixa que lhe tiramos a n/Representação – o que aliás temos feito de n/parte com toda harmonia -, assim por exemplo recusa-se a entregar aos Representantes o nosso grande mostruario de poltronas etc. que com as maiores despesas lhe temos enviado gratuitamente. Ainda mais illudindo a n/boa fé mandou registrar ultimamente as denominações das nn/poltronas – como seus, porque são naturalmente muito conhecidas e preferidas (JORGE ZIPPERER & CIA., 1930, f. 3).

Talvez esse evento explique – ainda que apenas a partir da versão de Zipperer – que no anúncio de 1929 (figura 27) não tivesse o nome da Móveis CIMO S.A. ou dos irmãos Zipperer. De todo modo, essa contenda foi superada, pois nos registros, alguns já apresentados aqui, a relação com Zieglitz durou pelo menos até o fim da década de 1930.

A relação com Eduardo Whitaker Penteado foi menos documentada, ainda que ele tenha fechado importantes negócios (além de ter um sobrenome muito conhecido, tanto na política como na economia paulistana). No Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho há um registro de quando a parceria entre os Zipperer e Eduardo Whitaker foi formalizada.⁸³ Em um documento enviado pela Jorge Zipperer

⁸³ No entanto, as transações já deveriam ocorrer a partir de acordos verbais. Em 21 de abril de 1931 (pelo menos 6 meses antes de tal formalização), Martin Zipperer redigiu uma carta para seu irmão

& Cia. e firmado por Penteado, em 15 de outubro de 1931, o acordo é de que Penteado seria o “único representante para o Estado de São Paulo, Rêde Sul Mineira e Triangulo Mineiro e Matto Grosso”, e que os produtos por ele vendidos seriam “Assoalho para automóveis Ford ou outros typos, tampos para privadas, assentos e encostos para poltronas” (JORGE ZIPPERER & CIA., 1931, f.1).

O fim dessa parceria, por outro lado, não foi comentado em detalhes. Apenas sabe-se que, a partir de uma carta de Raphael Caninêo, comerciante de acessórios para cinematografia, datada de janeiro de 1935 e endereçada à empresa Jorge Zipperer & Cia., Penteado não era mais um representante naquele momento (ainda que, assim como Zieglitz, tenha retornado ao negócio).

Tendo ha dias me sido solicitado preços para o fornecimento de poltronas de fabricação de VV.SS. para um meu cliente, e como de costume, dirigia-me ao Snr. Eduardo W. Penteado, com surpresa soube por este Snr. que deichara a representação deste artigo (CANINÊO, 1935).

Penteado, diferente de Zieglitz, não tinha experiência no mercado cinematográfico. Seu foco era assoalho para automóveis, acessórios domésticos, móveis residenciais e escolares, mas fechou importantes negócios com exibidores.

Entre sua carteira de clientes que estão documentados pôde-se verificar o caso de J.B. Andrade e Fineberg, com 1784 poltronas modelo Casino; o Colégio Arquidiocesano, com 127 poltronas modelo Trianon; a Cia. Antartica Paulista; e 1200 poltronas para o Cine São Paulo, construído por Antônio Diederichsen e que fazia parte do Edifício Diederichsen, em Ribeirão Preto/SP (PEDIDOS, sem data).

No pedido assinado por Penteado, em 27 de setembro de 1934, é possível verificar que o modelo Urania foi escolhido com o acabamento em “nogueira escuro”, e que havia um prazo de 10 meses para a entrega (PENTEADO, 1934). O Cine São Paulo foi inaugurado em 1936 e arrendado para a Empresa Theatral Paulista.⁸⁴

Gustavo Zieglitz e Eduardo Whitaker Penteado contribuíram para a projeção da Móveis CIMO S.A. entre o final da década de 1920 e até a metade da década de

Jorge com diversas queixas acerca do modo como Penteado tocava os negócios relacionados a representação da Móveis CIMO S.A.: “pedi que tratasse de arranjar revendedores, mas so mandou imprimir cartões com preços e parece que nem distribui” (ZIPPERER, 1931).

⁸⁴ A pesquisadora Tatiana de Souza Gaspar realizou uma investigação pormenorizada do Edifício Diederichsen, elencando diversos elementos sobre o Cine São Paulo (GASPAR, 2022).

1930 em São Paulo, um dos principais polos consumidores das poltronas para cinema. No entanto, como foi levantado, houve diversos momentos de instabilidade no relacionamento comercial com esses dois representantes. No recorte proposto pela tese (1940-1960), eles nem mais figuram no quadro de representação da Móveis CIMO S.A. Outros dois representantes foram mais importantes para o sucesso comercial das poltronas produzidas, ainda que não tivessem vínculos fortes com o mercado cinematográfico.

Desde 1926⁸⁵ há registros de uma profícua interação entre o representante do Rio de Janeiro, Paulo Kastrup com os irmãos Zipperer. Encontrei diversas informações sobre Kastrup relacionados ao universo esportivo, sobretudo natação e futebol. Sabe-se, também que era um comerciante que apostava na diversidade de produtos, e não há histórico sobre sua proximidade com o mercado cinematográfico, apesar dele expressar conhecer muito bem os exibidores. A figura de Kastrup pode ser mais bem estudada pelo grande número de troca de cartas com a empresa dos Zipperer e por ele ter acompanhado diversos momentos da empresa, inclusive a troca da sede e os conflitos decorridos daí.

Em 8 de outubro de 1929, Paulo Kastrup escreve uma carta para Jorge Zipperer, redigida a máquina, demonstrando interesse em representar a Móveis CIMO S.A. a partir do Rio de Janeiro, naquele período, o Distrito Federal e com intensa vida cultural (período, por exemplo, da formação e desenvolvimento da Cinelândia carioca a partir de Francisco Serrador). Sua argumentação decorre da exclusividade que representantes de São Paulo (de modo especial, Eduardo Penteadó) possuem. Apesar da carta endereçada a Jorge, Kastrup também sugere que a opinião de Martin Zipperer seja levada em conta.

⁸⁵ Na *Revista Souza Cruz*, da fabricante de cigarros, um anúncio da Jorge Zipperer & Cia. foi publicado contendo explicações sobre as vendas de poltronas e de caixas. A representação para a seção de móveis era de exclusividade da P. Kastrup & Cia. Ltda. (JORGE ZIPPERER & CIA., 1926, p. 122).

Particularmente escrevo-lhe afim de que fique bem orientado sobre o meu modo de pensar, sem que isso importe em criar-lhe dificuldades, mas sim para salvaguardar um direito que, penso, adquiri com o modo leal que tenho procedido consigo; faço-o também em auxílio da sua argumentação perante o Martin que, estou certo, verá nas minhas sugestões o desejo que tem quem trabalha de ser futuramente compensado.

Estou prompto a concorrer, embora com sacrifício, com as percentagens estipuladas entre a minha firma e Penteado, até 31 de Dezembro de 1930, sem oppor a menor objecção. Entretanto, depois dessa data, é-me necessária a liberdade de acção, pois, sem essa não se pode justificar o esforço e a luta que tenho tido. Si a minha situação tem que ser de colono a vida inteira, prefiro livrar-me desse onus desde já e tratar de trabalhar sem esperanças.

Quanto á zona que havíamos delimitado, compreendendo Districto Federal, i. é., o Rio até S. Est. do Espírito Santo e parte servida pela Leopoldina no Est. de Minas, creio que satisfaz mais aos interesses do amigo que proprio pois, as cidades desse limite são attendidas á minha presteza pelo centro (Rio) que qualquer firma estabelecida em São Paulo. Os interesses da sua casa estão ligados aos centros consumidores brasileiros, e esses centros devem ser autónomos independentes afim de poderem produzir eficientemente [...].

Reflita o Snr. que a minha casa que conta com o apoio moral e material de um nome como o do Snr. Ribeiro, quizesse ser a distribuidora de todos os seus productos para o Brasil (KASTRUP, 1929).

Paulo Kastrup tinha um objetivo bem evidente e jogou todas suas cartas com os irmãos Zipperer. Em determinado momento ele cita o “Snr. Ribeiro”, que há grandes chances de ser Luiz Severiano Ribeiro,⁸⁶ que no fim da década de 1920 já possuía algumas salas no Rio de Janeiro. Ao fim da carta Paulo Kastrup também cita a reforma do Cinema Parisiense, que desde 1927 foi adquirido por Vital Ramos de Castro, passou por uma reforma, e foi reinaugurado em 1930 com poltronas da Móveis CIMO S.A. (KASTRUP, 1929).⁸⁷

Cinco anos mais tarde, é possível inferir que essa negociação foi proveitosa para ambas as partes. Paulo Kastrup assinava como P. Kastrup & Cia. Ltda., ou seja, um negócio familiar. Seu papel timbrado trazia que seu ramo era “Móveis de Imbuva fabricados em Sta. Catharina para: residências, escriptorios, escolas, igrejas, theatros, cinemas, restaurants, cafés, bares etc.”, ou seja, um amplo espectro de estabelecimentos de caráter coletivo (e, assim, com encomendas volumosas). Em

⁸⁶ No livro *O rei do cinema: a extraordinária história de Luiz Severiano Ribeiro, o homem que multiplicava e dividia*, o biógrafo Toninho Vaz, em determinada passagem, diz que “Ribeiro - como era conhecido pelos amigos” (VAZ, 2008, p. 14).

⁸⁷ Alice Gonzaga pontua que o Cinema Parisiense começou a funcionar em 1907. Neste período possuía apenas 160 lugares, e em 1937, tinha 880 lugares (GONZAGA, 1996, p. 276).

uma carta de 18 de março de 1935, é possível ter a dimensão da potência comercial de Kastrup no Rio de Janeiro, a partir das seções apresentadas.

SR. LUIZ SEVERIANO RIBEIRO: Fomos chamados por esse freguez, para estudarmos a montagem dos novos cinemas de sua propriedade na rua Marechal Floriano,⁸⁸ Largo do Machado,⁸⁹ em um total de quasi 4.000 poltronas,⁹⁰ e mais o cinema Grajaú, com 1.100 lugares,⁹¹ que está sendo reformado. Ele nos pede os tipos novos de poltronas, e nós solicitamos a remessa urgente das amostras das Trianon e Urania, com aparelhos em ferro, para serem apresentadas a ele, depois de serem modificadas. Como se trata de fornecimentos para já, seria conveniente que os Amigos providenciassem (KASTRUP, 1935).

A palavra “freguez” indica que Severiano Ribeiro já tivesse encomendado poltronas da Móveis CIMO S.A. É conhecido o momento de expansão desse exibidor e possivelmente Kastrup e os irmãos Zipperer aproveitaram desse momento. Ainda que não tenhamos a confirmação de que essas salas foram mobiliadas com a Móveis CIMO S.A., essa carta indica a circulação da fábrica no mercado exibidor carioca. Nota-se também a novidade técnica das ferragens para a mobilidade do assento sendo requisitada. Kastrup continua sua relação de negócios já estabelecidos.

⁸⁸ Ao que tudo indica, só um cinema foi construído no endereço, o Cinema Floriano, que foi inaugurado em 1936 e oferecia 946 poltronas (GONZAGA, 1996, p. 303).

⁸⁹ Trata-se do Cinema São Luiz, inaugurado em 1937, e que oferecia 1794 lugares (GONZAGA, 1996, p. 304).

⁹⁰ Talvez mais um cinema estava projetado para a Avenida Marechal Floriano. A soma de poltronas foi aquém do esperado, com 2740 unidades.

⁹¹ O Cinema Grajaú foi reaberto em 1936, por Luiz Severiano Ribeiro. O espaço foi inaugurado em 1928 como Cinema Verdun. Após a reforma, contava com 1127 lugares (GONZAGA, 1996, p. 299).

CINE PLAZA: Já em bom andamento esse cinema,⁹² precisamos do encosto e assento com pinho, que há tempos pedimos ao Sr. Martin, afim de serem mostrados ao Sr. Vital, que insiste em querer ve-los [...].

PASCOAL SEGRETO: O Têatro São José,⁹³ já vae tambem em adiantada construcção onde devemos instalar o novo tipo "Atlantico", já escolhido pelo Dr. Domingos [Segreto] [...].

COLLEGIO PEDRO II: O Sr. Dr. Delamare, nos reclama noticias de sua encomenda que, já pedimos em n/ultima carta, sem que entretanto os Amigos nos dissessem algo. Insistimos em pedir noticias (KASTRUP, 1935).

Essas encomendas para Vital Ramos de Castro e Empresa Paschoal Segreto estavam em fase de finalização, segundo a carta. Tais relações confirmam o circuito privilegiado que a Móveis CIMO S.A. integrava na metade da década de 1930, consequência do compromisso com a expansão do mercado exibidor cinematográfico (e escolas, como é o caso do Colégio Pedro II), até mesmo a partir de customizações, como a elaboração de encostos e assentos com pinho, pedido de Vital Ramos de Castro.

Nota-se, também, que algumas dessas salas não estavam em fase de abertura, mas passavam por reformas e reformulações, e a Móveis CIMO S.A. foi escolhida para essa empreitada. Por fim, a carta de Kastrup revela em um episódio, um tanto anedótico, sobre a circulação das poltronas.

CINEMA IPANEMA: O não termos feito esse cinema⁹⁴ foi na ocasião motivo de grande tristeza para nós, que no momento montavamos o [Theatro] Municipal. Nos trouxe, entretanto, esse contra-tempo, um prestígio extraordinario, pois o seu proprietario Sr. Ademar Leite Ribeiro, está em questão com a firma Pasto & Filhos,⁹⁵ porque o verniz das poltronas está saindo nas costas dos freguezes e o compensado se está abrindo completamente. Ha males que vem para bem... (KASTRUP, 1935).

Ou seja, a Móveis CIMO S.A., a partir da representação de Paulo Kastrup, havia realizado a reformulação da plateia do Theatro Municipal do Rio de Janeiro, na reforma de 1934, que otimizou as poltronas e ampliou a capacidade, de 1739 para

⁹² O Cine Teatro Plaza foi inaugurado em maio de 1936, e possuía 1180 poltronas (GONZAGA, 1996, p. 303).

⁹³ O Cine Teatro São José abriu as portas em março de 1936. Ficava localizado na Praça Tiradentes, centro do Rio de Janeiro, e tinha capacidade para 1718 espectadores (GONZAGA, 1996, p. 303).

⁹⁴ Inaugurado em 1934 tinha a capacidade de 1808 lugares (GONZAGA, 1996, p. 302).

⁹⁵ Era uma empresa de marcenaria sediada em Porto Alegre/RS.

2361 lugares (MACHADO, 2012, p. 34). Trata-se de um feito notável que certamente foi publicizado e elevou a fama da Móveis CIMO S.A., dada a relevância do espaço.

Paulo Kastrup, assim como Raymundo Egg, que falarei a seguir, tiveram uma relação longeva com a Móveis CIMO S.A., acompanhando a fase da saída de Jorge Zipperer, em 1939; a morte deste, em 1944; e a ascensão de Martin Zipperer como diretor geral e a mudança da sede da fábrica. Eles se tornaram, inclusive, sócios e ocuparam cargos de direção e presidência. Kastrup, no entanto, deixou a fábrica na década de 1950. É possível que ele tenha ficado contrariado que a sede da Móveis CIMO S.A. tenha se mudado para Curitiba, e não Rio de Janeiro. Inclusive, a partir da década de 1950, passa a ser comum a observação de anúncios das Poltronas Kastrup, a partir da Cia. Kastrup, pois a família Kastrup fundou sua própria empresa de produção e comercialização de poltronas.

Raymundo Egg foi o representante da Móveis CIMO S.A. a partir do Paraná. Os registros de sua relação com os Zipperer datam de 1936, mas ele foi que teve a relação mais duradoura com a Móveis CIMO S.A.: em 1975 deixou a Móveis CIMO S.A., no cargo de presidente, e ainda passou a fazer parte do conselho consultivo (praticamente 40 anos de atuação na fábrica), talvez por não ter tido muito conflitos com os irmãos Zipperer e os que se seguiram na empresa.

Egg nasceu em 1902. Sua figura era mais pública que as dos demais representantes e sócios. Não trocou muitas cartas com a empresa dos Zipperer (ou elas não foram guardadas), mas concedia entrevistas e colaborava em reportagens (como será aprofundado no capítulo 2).

Seu pai, Ludovico Egg, foi seu predecessor na representação da Móveis CIMO S.A. e participava de muitos círculos na cidade de Curitiba: foi o proprietário do Teatro Hauer desde sua abertura, em 1891, e participou, nas dependências desse teatro, da fundação do Curitiba Football Club.⁹⁶ Talvez daí tenha nascido a afinidade de Egg com o ramo das poltronas para espetáculos, pois o Teatro Hauer foi um espaço importante para Curitiba, inclusive por ter recebido, desde 1897, sessões de cinematografo (STECZ, 1988, p. 45).⁹⁷

⁹⁶ O próprio Raymundo Egg iniciou sua carreira neste time. Em 1919 jogava como lateral esquerdo, e após uma pneumonia, trocou de posição, sendo campeão paranaense no Curitiba Football Club em 1927.

⁹⁷ Em 1930 o Teatro Hauer decretou falência e em 1949 reabriu, no mesmo espaço, o Teatro Marabá, de propriedade da Empresa Cinematográfica Sul Ltda., de Paulo Sá Pinto.

A partir da década de 1930 começaram as negociações com os irmãos Zipperer, e em 1939 já tinha a empresa Raymundo Egg & Cia., (figura 32) e a principal representação era justamente a Móveis CIMO S.A., como fica evidente no cartão de visita (mas também representava outras empresas, como a empresa Nascimento, que produzia cofres).

FIGURA 32 - CARTÃO DE VISITA DA RAYMUNDO EGG & CIA.



FONTE: Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. 31 jan. 1939.

Tanto Kastrup como Raymundo Egg expressavam em seus materiais que a representação se tratava da Móveis CIMO S.A., tornando a firma conhecida. Outro diferencial de Raymundo Egg foi seu posicionamento de anunciante com a marca da Móveis CIMO S.A.

Em um anúncio da firma de Egg, havia o convite para o público apreciar a inauguração do Cine Opera, que compunha a Cinelândia curitibana, e que essa sala, evidentemente, era mobiliada com poltronas da Móveis CIMO S.A. (figura 33). Nota-se que no anúncio se repete três vezes a expressão “Rio Negrinho”, em uma referência aos móveis produzidos por Zipperer.

Esse movimento com os representantes ocorreu enquanto a Móveis CIMO S.A. era uma empresa localizada em Rio Negrinho. Evidentemente, com o crescimento de sua marca, de seu patrimônio e do aumento da demanda, não

apenas para poltronas de cinemas, mas também escritórios, escolas e universidades e residências, a empresa teve o desejo de se modernizar, e isso passaria por um processo que incluía, inclusive, a troca da sede para uma cidade mais cosmopolita, com a abrangência política e econômica de uma capital.

FIGURA 33 - ANÚNCIO DA EMPRESA RAYMUNDO EGG & CIA.



FONTE: O Dia. 02 fev. 1940, p. 3. HDB.

Um dos recursos adotados por Martin Zipperer foi uma maior proximidade com a imprensa local e regional. Após a saída de Jorge Zipperer, uma série de notícias foram veiculadas sobre a fábrica e sua capacidade industrial. Em novembro de 1939, no jornal *O Dia*, de Curitiba, há uma notícia ocupando mais de meia página

(figura 34) com a manchete “As grandes industrias brasileiras”, acompanhada pelo subtítulo “A Industria-Companhia M. Zipperer, de Rio Negrinho, o seu progresso e a sua historia. Uma fabrica que honra a indústria de S. Catarina e do paiz” (AS GRANDES, 1939, p. 5).

FIGURA 34 - NOTÍCIA SOBRE A CIA. M. ZIPPERER

10 - 11 - 1939 — O DIA — Pagina 5

As grandes industrias brasileiras

A Industria—Companhia M. Zipperer, de Rio Negrinho, o seu progresso e a sua historia

Uma fabrica que honra a industria de S. Catarina e do paiz

RIO NEGRINHO UM NUCLEO QUE CAMINHA A LARGOS PASSOS PARA UM FUTURO RISONHO — SUA POPULAÇÃO — SEU COMERCIO — INSTITUÇÕES RELIGIOSAS E SOCIAIS — UM POUCO DA HISTORIA DA FUNDAÇÃO DE RIO NEGRINHO — OS OBRZEIOS DA SUA GRANDEZA.

A Industria
O que particularmente chama a atenção do visitante é a harmonia de arquitetura e estética que se vê em todas as construções em Rio Negrinho.

Outros moves
Através de outros artigos, a fábrica de móveis de Rio Negrinho, o seu progresso e a sua historia, a sua população, o seu comercio, as instituições religiosas e sociais, o seu futuro risonho, o seu progresso e a sua historia.

Secção de carpintaria
Uma das seções da fábrica é a carpintaria, onde se encontram os melhores artesãos de madeira, produzindo móveis de primeira qualidade.

Consumo de madeiras
Para fabricar um móvel, são necessárias muitas madeiras, e a fábrica de Rio Negrinho utiliza apenas as melhores espécies disponíveis no Brasil.

A força motriz
A força motriz que movimenta a fábrica de Rio Negrinho é a energia elétrica, produzida em uma usina localizada nas proximidades da cidade.

Operarios
A fábrica possui cerca de 400 operários, todos devidamente treinados e especializados em suas respectivas funções.

Maquinario
A fábrica dispõe de um maquinário moderno e completo, adquirido em diversos países estrangeiros.

Um pouco de estatística
A fábrica de móveis de Rio Negrinho produz cerca de 1000 unidades por mês, atendendo a uma demanda crescente no mercado brasileiro.

Cinemas mobilizados em Moveis Rio Negrinho
A fábrica possui um cinema próprio, onde os operários e visitantes podem desfrutar de filmes e programas culturais.

Os primeiros habitantes
A cidade de Rio Negrinho foi fundada em 1889, por João Freire e Luiz Belchior, que buscavam estabelecer uma nova colônia agrícola.

A vida social e religiosa
A vida social e religiosa em Rio Negrinho é muito ativa, com diversas igrejas, escolas e clubes que promovem eventos e atividades para a comunidade.

A fabrica de moveis
A fábrica de móveis de Rio Negrinho é considerada uma das maiores e mais modernas do Brasil, produzindo móveis de alta qualidade e design moderno.

Comercio
O comércio em Rio Negrinho é muito desenvolvido, com diversas lojas e estabelecimentos que atendem a população local e visitantes.

Cinema
A cidade de Rio Negrinho possui um cinema próprio, onde os operários e visitantes podem desfrutar de filmes e programas culturais.

O comercio de Rio Negrinho
O comércio em Rio Negrinho é muito desenvolvido, com diversas lojas e estabelecimentos que atendem a população local e visitantes.

O DIA DA PATRIA — Escultores que participaram do desfile em homenagem ao “Dia da Patria” comemorado jubileamente em Rio Negrinho.

FONTE: O Dia. 10 nov. 1939, p. 5. HDB.

Inicialmente a notícia aborda aspectos da cidade de Rio Negrinho, para detalhar, em seguida, questões sobre a fábrica: breve histórico, produtos, número de

operários e questões trabalhistas e o maquinário empregado.⁹⁸ Há, também uma estatística, que confirma que a maior produção, no primeiro semestre daquele ano, foi em poltronas para cinema, com 14.833 unidades, seguido de cadeiras avulsas, 11.409 unidades. Concluindo o texto, há a enumeração de alguns cinemas mobiliados pela Móveis CIMO S.A., indicando que, pelo menos naquele período, a poltrona era a peça de mobiliário com maior investimento.

Na cidade do Rio de Janeiro, por exemplo, a notícia elenca que além do Teatro Municipal, Cine São Luiz e o Cine Plaza já mencionados, também foram encomendados para a Móveis CIMO S.A. o Cine Roxy, o Cine Rex e o Cine Metro, confirmando a circulação da empresa em um mercado com muito prestígio. Em São Paulo, o Cine Metro, Ufa, Broadway, Universo e Bandeirantes (AS GRANDES, 1939, p. 5).

Se a empresa já era conhecida por mobiliar salas lançadoras e famosas casas de espetáculos, em 1941 ocorreu um fato que alterou substancialmente os contornos da Móveis CIMO S.A., colocando-a em um patamar mais elevado ainda. No dia 28 de outubro, no jornal *A Manhã*, do Rio de Janeiro, há a seguinte nota.

D.A.S.P.
 NOVAS INSTALAÇÕES NO GABINETE DA PRESIDÊNCIA DA REPUBLICA
 Moveis padronizados para o presidente da República
 O sr. Luiz Simões Lopes, presente do D.A.S.P., fez entrega ontem ao presidente Getúlio Vargas, de uma coleção dos novos moveis padronizados para gabinete ofertados pela firma P. Kastrup & Cia., como representantes, nesta capital, da Companhia Moveis M. Zipperer, de Rio Negrinho, Estado de Santa Catarina.
 O grupo se compõe de uma escrivaninha M-1 de embuia, uma poltrona C-1 e um armário A-1, de duas portas, no qual figura toda a série de publicações do D.A.S.P., inclusive uma coleção da 'Revista do Serviço Público' e quatro volumes do Catálogo de Material.
 Os novos moveis padronizados serão instalados no gabinete de despacho do presidente, no Palácio Guanabara (DASP, 1941, p. 2).

Ou seja, o Departamento Administrativo do Serviço Público (DASP)⁹⁹ concedeu uma chancela ao mobiliário de escritório da Móveis CIMO S.A., como

⁹⁸ Que, segundo a notícia, foi adquirido na cidade de Chemnitz, na Alemanha.

⁹⁹ O DASP foi criado pelo Decreto-Lei nº 579, de 30 de julho de 1938. Tinha, entre suas atribuições, a de “estudar e fixar os padrões e especificações do material para uso nos serviços públicos” na

peças eficientes do ponto de vista da racionalização do espaço e do trabalho. Mais que isso, fez com que o gabinete de despacho presidencial ganhasse essa mobília. Logo, como acima mencionado, a fama que a Móveis CIMO S.A. tinha conquistado a partir do cinema, com mais esse fato foi elevada a um patamar nacional, não só pelo reconhecimento, mas pelo efeito prático, pois passaria a mobiliar diversos serviços públicos federais a partir de então (repartições, quartéis, universidades etc.).

Essa nota foi publicada em outros jornais, como o *Jornal do Brasil* e o *Jornal do Commercio*, ambos do Rio de Janeiro, e o *Correio Paulistano*, de São Paulo. No entanto, dessa pequena menção, a Móveis CIMO S.A. mobilizou um grande investimento publicitário.

Duas semanas após esse episódio, no dia 16 de novembro de 1941, no jornal *O Dia*, de Curitiba, há uma notícia de meia página com a manchete “Legítimo orgulho da indústria brasileira” (LEGITIMO, 1941a, p. 4). Segundo o subtítulo, é uma entrevista com Raymundo Egg, até então representante no Paraná. Além de ser uma notícia semelhante a aquela já publicada no mesmo jornal, em 1939, revela também esse contexto com o DASP, inclusive noticiando a visita de Martin Zipperer ao gabinete do presidente da república. O que chama a atenção, no entanto, é que essa notícia foi replicada integralmente em outro jornal do grupo *O Dia* (LEGITIMO, 1941b, p. 4), o *Correio do Paraná*, também de Curitiba, no dia seguinte, em 17 de novembro de 1941 (figura 35).

Na outra semana a imprensa catarinense publicou o fato. O jornal *A Gazeta: a voz do povo*, em 18 de novembro de 1941 (A INDUSTRIA, 1941a, p. 6), e o *O Estado*, em 21 de novembro de 1941 (A INDUSTRIA, 1941b, p. 2), publicam a mesma notícia com a manchete “A indústria catarinense e sua expansão no país”, e priorizam a relação com o DASP (figura 36).

Por fim, o *A Notícia*, publicou uma página inteira sobre a Móveis CIMO S.A. no dia 23 de novembro de 1941 (EXPRESSÃO, 1941, p. 6), com a manchete “Expressão de capacidade da indústria brasileira”, a partir da entrevista do advogado Euclides de Mesquita,¹⁰⁰ mas que trazia, na verdade, dados semelhantes ou iguais das publicações anteriores, como a novidade em relação ao DASP e informações sobre o cotidiano da empresa (figura 37).

esfera federal (BRASIL, 1938). O DASP foi desfeito em 1945, com a saída de Vargas da presidência (RABELO, 2012; ARAÚJO, 2017).

¹⁰⁰ Que também era professor da Universidade Federal do Paraná, amigo de Martin Zipperer e com amplo envolvimento com a Móveis CIMO S.A., pois em 1952 era redator da *Revista Móveis CIMO*.

Esse conjunto de cinco notícias interessa porque foi um esforço publicitário, uma ênfase dada pela fábrica ao fato de seu alcance nacional ser atingido, em um contexto de transição da empresa (a recente saída de Jorge Zipperer) e o aniversário de 20 anos da primeira encomenda, ainda que, nessas notícias, o evento de origem da Móveis CIMO S.A. tivesse ocorrido em 1918, com a criação da fábrica de cadeiras. Em 1951, o contexto de empresa e de mercado eram outros, e, portanto, buscava-se uma origem em um critério mais próximo ao cinema.

FIGURA 35 - NOTÍCIA SOBRE A CIA. M. ZIPPERER

— Pagina Terceira — CORREIO DO PARANÁ 17 - 11 - 1941

legítimo orgulho da industria brasileira

O sr. Raymundo Egg, destacado comerciante paranaense, fala-nos sobre a Fabrica de Móveis Rio Negrinho

Móveis da Companhia M. Zipperer oferecidos pelo D. A. S. P. ao presidente da Republica para instalação do seu novo gabinete no Palacio Guaburara - Está sendo construida, no Brasil a maior fabrica de móveis da America do Sul - Possuiará até uma Escola de Aprendizes Artífices e um imenso horto florestal

Esta grande obra e a primeira fabrica de Móveis Rio Negrinho, que está sendo construida...



Esta grande obra e a primeira fabrica de Móveis Rio Negrinho, que está sendo construida...

Reconhecida a Fundação Rockteller

DE GAULLE
condecora seus soldados



Em terra carioca
As cinzas dos heróis de Dourados e Laguna

Grande Concurso Popular
do "O Dia" e "Correio do Paraná"

100 O DIA 200 reais BONUS

INSTITUTO ELEUTERÁPICO PARANÁ
Diretor Médico Dr. Carlos Deszauzet Neto.
Eleticidade médica especializada.
Aparelhos Heiler Pinheiro, patente 27.156

FONTE: Correio do Paraná. 17 nov. 1941, p. 3. HDB.

FIGURA 36 - NOTÍCIA SOBRE A CIA. M. ZIPPERER

A indústria catarinense e sua expansão no país

A Cia. M. Zipperer, Moveis Rio Negrinho, de Rio Negrinho, em Santa Catarina e a Presidência da Republica

Noticias das principais jornais da Capital da Republica trazem ao nosso conhecimento o prestigio e a notoriedade, cada vez maiores, da industria catarinense, em todos os setores de sua atividade.

Ja o CORREIO DA MANHA prestigioso orgão da imprensa catarina, em sua edição de 20 de outubro do ano, em curso, retratou as novas instalações do gabinete de trabalho do Presidente da Republica, referindo-se nos seguintes termos que se relacionam com a industria catarinense:

D. A. S. P. Novas instalações no gabinete da Presidência da Republica

MOVIS PADRONIZADOS PARA O PRESIDENTE DA REPUBLICA

O sr. Luis Simões Lopes, presidente do D. A. S. P., fez entrega ontem, ao presidente Getúlio Vargas, de uma coleção dos novos moveis padronizados para o gabinete presidencial pela firma P. Kastrop, como representantes desta capital, da Companhia de Moveis M. Zipperer, de Rio Negrinho, Estado de Santa Catarina.

O grupo se compõe de uma escrivaninha M-1, de emblema uma palmeira C-1 e um armario A-1, de duas portas, no qual figura toda a serie de publicações do D. A. S. P., inclusive uma coleção da "Revista do Serviço Publico" e quatro volumes do catalogo de material.

Os novos moveis padronizados sendo instalados no gabinete de despacho do presidente, no Palacio Guanabara.

Por isso, com satisfação que vimos o "Jornal do Rio" referir, em seu artigo mencionado, ao fato de ter sido o gabinete de trabalho do sr. Presidente da Republica mobilado com os moveis fabricados na Cia. M. Zipperer, Moveis Rio Negrinho, de Rio Negrinho, em Santa Catarina.

A Cia. M. Zipperer, que se tem revelado, no sul de Brazil, uma das mais modernas organizações industriais tem a sua frente o espirito empreendedor e dinamico, moderno e progressista do sr. Martin Zipperer, diretor-técnico e do sr. Carlos Weber, diretor comercial.

Reconhecido pelo sr. Presidente da Republica que manifestou desejo de experimentar o chefe da notavel industria catarinense, o sr. Martin Zipperer recebeu de S. Paulo, palavras de admiração e estímulo pela maneira que arrumaram seu gabinete de trabalho e que revelam o poder, crescimento da vontade de trabalhar e construir em beneficio do desenvolvimento industrial e da riqueza do Brazil.

Na realização de seu programa industrial, os Directores da Cia. M. Zipperer, não se limitam ao desenvolvimento operacional e produção técnica de seus produtos, mas voltam suas vistas para a solução dos problemas sociais do operariado, com a criação de fôrças solvitas, colonia de férias, e casa própria do operário, assistência médica e farmacêutica eficientissima, assistência dentária e varias outras realizações no campo social que revelam o grau de adiantamento que atingiu a referida organização, dentro dos moldes da moderna ciencia social.

No cenário industrial de nosso Estado, avulsa, pela Cia. M. Zipperer, como uma das mais modernas realidades industriais, sendo de justiça realçar o valor moral e o prestigio de trabalho e de tradição do notavel sr. Jorge Zipperer, um dos mais antigos trabalhadores da Cia. e que se acha afastado depois de inúmeras e incansáveis annos de serviços notáveis prestados não só a organização de que foi chefe, como ao Estado de Santa Catarina, na politica, na administração e na industria em geral.

Para melhor servir aos interesses do público e do governo a que serve, a Cia. M. Zipperer, realizou o programa de melhoramentos que se supoz. Já iniciado, e se acha em andamento a obra de construção, a nova Fábrica que servirá para melhorar distribuir do trabalho, produção sua obra, rendimento de serviço e que constituirá um dos mais notáveis edificios industriais do Estado para suas vastas e nobres produções.

A nova Fábrica que deverá ter sua construção terminada no proximo ano de 1942 occupar a área de 1147 m², empregando uma força motriz de mais de 600 H. P.

Entre os detalhes da construção destaca-se a seguinte: que o prédio se de linhas térreo e numero variado de 02.

A nova Fábrica empregará para mais de 700 operários, o que representa um indice de sua vitalidade economica e a sua

que desempenha na vida operario-economica de nosso Estado e nossa Patria.

Merece tambem especial destaque a notavel obra de re-florestamento em que se empenha a Cia. M. Zipperer, dando alicença exportadora a uma das mais urgentes necessidades do País no que se refere ás suas matas.

E' conhecido a máxima de Christóvão de Iheringa precede os povos, os direitos os seguros. Na inextinguível atividade sua Directora, a Cia. M. Zipperer dedicou-se ao problema de re-florestamento, posto em pratica os ultimos projetos da técnica, e para tanto adquirir de sua acção, basta considerar que a área de terra re-florestada montou a este fim tem, 65 hectares, já do seu cultivo de juta e madeira emplumão que crescerem pelo seu terço até p. a. das 9.100 arvores, sendo 3.000 pinheiros e 1.500 eucaliptos, sendo os primeiros estudos como planta de estaca.

a madeira mais preciosa de nossa zona.

Com pessoal especializado e com viveiros apropriados, a Cia. já tem verificado o resultado de sua acção, sendo a planta do re-florestamento no Município de Rio Negrinho, ainda quando não era uma subgratidade legal.

O leão dos Directores da Cia. é que sempre é engrandecido, afirmamos e engrandecer a Patria.

Da sua, pois, a obra de consagração que mereceu a Cia. M. Zipperer, Moveis Rio Negrinho, do sr. Presidente Vargas e um ano de justiça pelas necessarias medidas de seus Directores.

Compartilhamos com os Directores da Cia. M. Zipperer o sentimento de justa e honesta emulação que crescerem pelo seu trabalho, honestidade técnica e comercial e daqui estavamos ao mesmo tempo mais orgulhosos felicitações.

Morreu o mais antigo jornalista

RIO, 17. — Com 78 anos de idade, lavico, casado, sem filhos, Antonio Panno, natural da Italia, o mais antigo jornalista do Rio pois quando tinha apenas 12 anos já acompanhava sua mãe da cidade, as folhas que aqui se ve publicam. Antonio Panno foi o primeiro jornalista a organizar a venda avulsa de jornais católicos nos quadros da Linha Auxiliar da Central do Brazil.

Mobilização mais completa na Turquia

ANGORA 17 (U.P. americana). — A revista do gabinete turco é descrita pelos observadores como um esboço para a mobilização e para intensificar a produção de industrias de guerra, sobre-se que o gal. Ali Reis Ataturk, novo ministro da Defesa e o almirante Fahri Engin, novo ministro da Comunicações, são favoráveis a uma mobilização mais completa.

DR. SAULO RAMOS

Exatissimo e exaustivo no Serviço do Tráfego Brasileiro. Filho — Rio

Diplomado em 1901 pelo Facultade de Medicina da Universidade do Brazil

Artista neurologista — cirurgião plástico do peritônio — o órgão abdominal — anatomia

Consultas e atendimentos: Praça Pereira e Oliveira, TELEFONE 1009, DIAMANTINOS DAS 4 AS 6



Dr. João de Araújo — olhos, ouvidos, nariz, garganta. Especialista, assistente do Professor Sanson do Rio de Janeiro. Consultas: Fols manhã, das 10 ás 12 h. À tarde, das 3 ás 5. Consultorio: Rua Vitor Meireles, 24, Fone 1417

DR. ARMINIO TAVARES OBTIDOR, MAMB. GABRIANY CIRURGIO ESPECIALISTA Anestésico do Prof. Sanson Consultas das 10 ás 12 e das 16 ás 18 RUA JOAO PINTO, 7 hab TEL. 1468

Relatório sobre a situação de Largo Caballero

BUENOS AIRES, 14 (United Press, americana). — De fontes do Ministério do Exterior declararam que o embaixador argentino em Vichy sr. Miguel Carrasco, foi autorizado a fazer um relatório sobre a situação de Largo Caballero. A decisão se aplica-se ao pedido do partido socialista argentino ao governo, encaminhado ontem, para que o governo interceda junto ao governo espanhol para impedir a extradição ao antigo primeiro da Republica Republicana. Há indicação de que o Ministério do Exterior aguardará o relatório de Carrasco antes de tomar qualquer decisão.

Gripado e sr. Roosevelt

WASHINGTON, 14 (United Press, americana). — Foi atacado de gripo restrito o sr. Roosevelt, que se manteve nestas em seus aposentos.

Para as festas de Natal e Ano Novo resolvemos fazer um desconto especial em todos os nossos artigos. Preços sem concorrência 50% NA

CASA 3 IRMÃOS

O MAIOR EMPORIO DE SEDA Fornecedora para todo o Estado.

Rua Felipe Schmidt n. 22 Florianopolis Fone 1.401 Santa Catarina

CARTAZES DO DIA

HOJE

Cine REX
Fone 1.587
AS 7.30 HORAS

BAGDAD sempre enfeitada pela magia das cores para revelar as lindas estatuas dos seus Deuses, suas Reis, dos Esclabos, dos Piratas, das Lendas e Mitoes.

O Ladrão de Bagdad com JUNG DITZEL e SAGU

NO PROGRAMA: D.F.B.—Complemento Nacional —Um misterio do Brasil.

DESTYLE DE MODAS—Short em lã colorido.

(IMPROPRIO ATE 10 ANOS)

PREÇOS: 3800 e 2800

Ja-FEIRA

Cine ODEON
Fone 1.602
AS 5.12 e 7.12 HORAS

A WARRIOR BROS apresenta sua forte e comovida drama poética com um elenco de primeiros artistas.

Gente sem Medo com DENNIS MORGAN—GLORIA DICKSON — JOHN PAYNE e mais um soberbo elenco.

NO PROGRAMA: D.F.B.—Complemento nacional com reportagens.

(IMPROPRIO até 14 anos)

PREÇOS: 2800 — 1550 e 1800

HOJE

Cine Imperial
Fone 1.587
AS 7.30 HORAS

Sua voz bonita, sua modicidade radica, sua ternura, na sua mais delicada e monardica comédia travada.

TRES PEQUENAS DO BARULHO com DEANA DURBIN—RAY MILLAND—MELBA ALDER

NO PROGRAMA: D.F.B.—Complemento nacional —Reportagens do Brasil.

CENSURA LIVRE

PREÇOS: 1400 e 1100

FONTE: A Gazeta, 18 nov. 1941 p. 6. HDB.

FIGURA 37 - NOTÍCIA SOBRE A CIA. M. ZIPPERER



FONTE: A Notícia, 23 nov. 1941, p. 6.

Após a saída de Jorge Zipperer do comando da Móveis CIMO S.A. em 1939, Martin Zipperer adotou um modo mais dinâmico e agressivo de comercialização: houve um aumento considerável de publicações e anúncios; a sede de Rio Negrinho foi reformada e houve a união de diversos empresários que formariam a CIMO, acrônimo de Companhia Industrial de Móveis.

As atas de todas as seções da assembleia que aprovou a constituição da Companhia Industrial de Móveis foram preservadas a partir de sua publicação integral no Diário Oficial da União, na edição de 6 de janeiro de 1944. O processo da assembleia iniciou, no entanto, em 21 de outubro de 1943. Reuniram-se Martin

Zipperer e Carlos Weber, “diretores – técnico e comercial – respectivamente” da Cia. M. Zipperer (como era chamada no período); Paulo Kastrup e Raymundo Egg, comerciantes e representantes; as fábricas Móveis Maida Ltda. e Oficinas de Arte Mobiliária Ltda. (ambas de Curitiba), representados pelo sócio José Félix Maria Bianco e Felipe Maida; e Victor Buchmann, de Rio Negrinho.

É necessário, no entanto, questionar por que e para que se juntar a outros empresários, se a Móveis CIMO S.A. já estava consolidada no mercado de poltronas para cinema e outras peças de mobiliário.

É possível inferir que para a formação do capital da Companhia Industrial de Móveis havia um objetivo comum: reunir terrenos, ou seja, parques fabris, depósitos e reservas de madeira; tecnologia, máquinas, equipamentos e ferramentas; operários especializados; marcas e patentes; carteira de clientes; e matéria-prima beneficiada. E todos esses itens foram descritos, por cada uma das partes interessadas (BRASIL, 1944, p. 271).

Essa união de empresários, parece, não ocorreu apenas para conquistar tais elementos necessários para a atividade industrial citados acima, mas também para apostarem, com mais segurança, na expansão dos negócios e assim acompanharem a abertura de salas de cinema no país e as reformas destas (uma vez que a atividade cinematográfica era diária, e necessitava de constante manutenção). Além disso, garantiam uma diversidade de negócios (mobiliário residencial e de escritórios), uma vez que o mercado de exibição poderia apresentar instabilidades.

Retomo o texto de Rafael de Luna Freire e Natasha Hernandez Almeida Zapata acerca da quantidade de salas de cinema no Brasil para compreender esses momentos de certa crise e retomada. Os autores defendem que a

A incorporação da reprodução sonora mecânica e sincrônica como elemento essencial da projeção de filmes impôs aos exibidores a compra de caros equipamentos, o treinamento e a contratação de funcionários, e o pagamento de taxas mensais de manutenção. Obrigou ainda os empresários a realizarem reformas estruturais nos espaços de exibição, tanto para regularizar o fornecimento de eletricidade aos equipamentos quanto para garantir melhor qualidade acústica. Os filmes falados em idiomas estrangeiros, mesmo que depois traduzidos para o português através das legendas, foram outro fator que afetou o negócio dos exibidores. Desse modo, parte em consequência do advento do som – assim como da crise econômica mundial após a queda da bolsa de Nova York –, o número de salas de cinema no Brasil reduziu sensivelmente ao longo dos anos 1930, concentrando-se nos grandes centros urbanos. A recuperação do circuito exibidor, com a retomada do crescimento do público, ocorreria somente na passagem para os anos 1940 (FREIRE; ZAPATA, 2017, p. 179).

Essa crise de adaptação a tecnologia da sonorização, que dispndia recursos para diversas questões, foi superada na década de 1940. Freire e Zapata analisam que após 1944 há um crescimento no número de salas, pelos menos até 1951 (FREIRE; ZAPATA, 2017, p. 188). E esse período de retomada coincide com a formação da Companhia Industrial de Móveis.

Na seção de 23 de novembro de 1943, após a leitura dos pareceres de subscrição de capital de todos os sócios, a “Companhia Industrial de Móveis se achava legalmente constituída” e que pelo seu estatuto sua sede seria no Rio de Janeiro, e que o primeiro corpo diretivo seria formado por

Paulo Kastrup para diretor-presidente, o Sr. Martin Zipperer, para diretor vice-presidente, o Sr. Paulo Kastrup Filho, pare diretor de serviços gerais, o Sr. Felipe Maida, para diretor tesoureiro, o senhor Heitor Kastrup, para diretor da expansão comercial, o Sr. José Felix Maria Bianco para diretor da produção industrial (BRASIL, 1944, p. 281-282).

Paulo Kastrup possuía suas empresas no Rio de Janeiro, além de ser residente naquela cidade. Somado ao fato de que foi eleito diretor presidente e que o estatuto previa a sede como Rio de Janeiro, infere-se que lá foi a sede da Companhia Industrial de Móveis. No entanto, a cidade escolhida para sede foi Curitiba. Durante a seção de 23 de novembro de 1943, houve a leitura dos bens de Felipe Maida, que descrevia um terreno.

Os peritos, considerando que o referido terreno está localizado na melhor área industrial de Curitiba, tem uma superfície regular; está próxima das principais vias de comunicação, e é servida por boas estradas e ruas de acesso, atendendo a grande procura do terrenos na cidade que se prestem a instalações industriais em áreas avantajadas, chegaram a conclusão que será de conveniência para a Companhia Industrial de Móveis aceitar a transação desse contrato para o seu patrimônio, uma vez que as condições do ajuste, inclusive a forma de pagamento do preço restante, são vantajosas (BRASIL, 1944, p. 279).

Esse terreno, no bairro do Cajuru, realmente foi o escolhido para ser a nova sede da Móveis CIMO S.A., pois além dos pontos positivos elencados pelos peritos, também é próximo ao centro da capital paranaense e está aos arredores da linha férrea.

Não há documentação que explique a alteração do Rio de Janeiro para Curitiba. Além das vantagens do terreno, poderia haver uma pressão de Raymundo Egg, ou uma preferência de Martin, pela proximidade com Rio Negrinho, e uma tentativa de maior controle sobre o que se faria daí em diante. Fato é que a mudança foi rápida, pois em 1947 (figura 38) o croqui da planta fabril já estava divulgado.

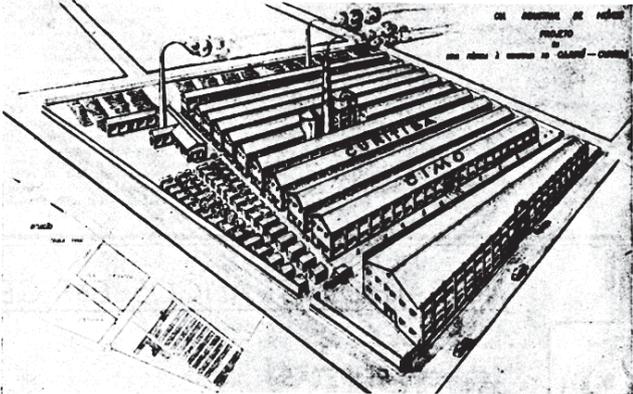
Em um anúncio de uma página inteira de 1954 (figura 39), o recurso publicitário é justamente evidenciar essa organização a partir de sua sede, seus parques fabris e seus números.

A capacidade energética e de operários de cada fábrica são pontuadas, chegando a 400 operários em Curitiba e 1500 em Rio Negrinho.¹⁰¹ A escolha desse anúncio, que não se repetiu, não foi aleatória: essa foi a edição comemorativa de 20 anos de fundação do *Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico*. Ou seja, foi um alinhamento a um discurso narrativo de empresa de sucesso.

¹⁰¹ Segundo dados do IBGE de 1960, na década de 1950 Rio Negrinho tinha uma população de 8500 habitantes. Se os números do anúncio não foram exagerados, podemos concluir que o fator de empregabilidade da fábrica não era desprezível, o que leva a pensar até como a cidade organiza sua memória atualmente (BRASIL, 1962).

FIGURA 38 - ANÚNCIO DA EMPRESA QUEIROZ & LORUSSO LTDA.

VISTA GERAL DA NOVA FÁBRICA DA
COMPANHIA INDUSTRIAL DE MÓVEIS
(MÓVEIS CIMO)
NO BAIRRO DO CAJURÚ, EM CURITIBA

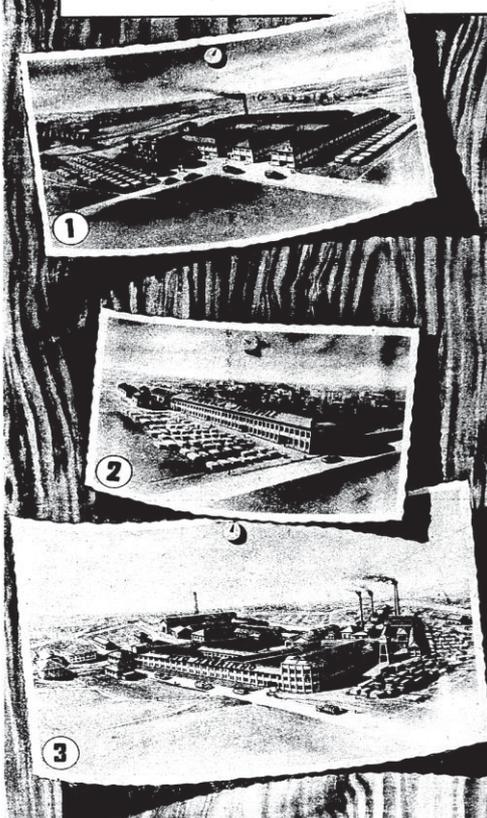


PROJETO E CONSTRUÇÃO
DE
QUEIROZ & LORUSSO LTDA.
RUA MARECHAL FLORIANO, 278 - 1.º andar
FONE: 4184
CURITIBA PARANÁ

FONTE: A Divulgação Paranaense. Nov.-Dez. 1947, p. 49. HDB

FIGURA 39 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.

**A ORGANIZAÇÃO
MÓVEIS CIMO**



1 - FABRICA CURITIBA: 400 operários
11.000 m² area const. - 400 HP

2 - FABRICA JOINVILLE: 100 operários
1494 m² area construída - 100 HP

3 - FABRICA RIO NEGRINHO:
1200 HP - Força Motriz elétrica
370 HP - Força Motriz a vapor
1500 oper. - area const. 16.943 m²
A MAIOR FABRICA DE POLTRONAS PARA
CINEMAS DO BRASIL EM

MADEIRA: -



AÇO: -



RECUAVEIS: -



Matriz: Cx. Postal, 13 - CURITIBA - PARANÁ
SAO PAULO: - Av. Duque de Caxias, 89

CURITIBA: - R. Barão do Rio Branco, 153
PELO HORIZONTE: - Rua dos Carijós, 101

JOINVILLE: - Rua São Pedro, 160
RIO DE JANEIRO: - R. dos Invalidos, 139

FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 26 jun. 1954, p. 23. HDB.

2 ENTRE PÁGINAS E ANÚNCIOS: MÓVEIS COMO IMAGENS

A sobrevivência, o desenvolvimento e a operacionalização da Móveis CIMO S.A. foi, em certa medida, possível graças a uma teia articulada de agentes que também se beneficiavam da produção e comercialização de poltronas para cinema, como busquei aprofundar no capítulo anterior.

Outro nó dessa complexa rede foi responsável pela difusão das imagens produzidas pela Móveis CIMO S.A. a partir de seu material publicitário: a imprensa especializada em cinema. De modo específico, dois veículos que circularam na cidade de São Paulo, o jornal *Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico* e a *Revista O Exibidor*. Ambas tinham suas particularidades materiais, editoriais e até mesmo econômicas, mas cobriam, sobretudo, pautas do mercado exibidor cinematográfico.

Allen e Gomery observam que as publicações especializadas em cinema foram lançadas nos Estados Unidos por volta de 1907, à medida que a atividade cinematográfica começou a ganhar contornos de uma “forma de espetáculo autônoma” (ALLEN; GOMERY, 1995, p. 63, tradução nossa).¹⁰²

Os autores reconhecem que essas publicações configuram importante fonte para a história do cinema, uma vez que fontes institucionais nem sempre estão disponíveis ou acessíveis. No caso da Móveis CIMO S.A., mesmo que exista um arquivo com alguma documentação preservada, é possível mapear outros tipos de informações a partir da imprensa.

¹⁰² Uma das publicações mencionadas por Allen e Gomery é a *Motion Picture Herald*, fundada em Chicago e que circulou nos Estados Unidos entre 1915 e 1973. Teve, em sua história, diversos nomes, consequência das inúmeras fusões com outras revistas, empreendidas por seu editor, Martin Quigley. Parte do acervo da revista (de 1931 a 1956) foi digitalizado e foi disponibilizado pela *Media History Digital Library*, vinculado ao *Wisconsin Center for Film and Theater Research* (MOTION, 2025).

Essas revistas não constituem um substituto para os registros corporativos, mas são ferramentas valiosas para o historiador cinematográfico. Provavelmente são a fonte mais acessível de dados institucionais que temos [...]. Por serem contemporâneas dos sucessos que falam, oferecem uma espécie de cronologia de base para a história institucionalizada. São fontes muito importantes de declarações realizadas por líderes da indústria e muitas vezes registram os planos de produção dos estúdios. Já que essas revistas foram publicadas para as pessoas que trabalham no mundo do cinema, também cobrem **sucessos alheios a própria indústria que podiam ser motivo de interesse ou preocupação para a mesma: desenvolvimentos em indústrias relacionadas, ações legislativas nacionais ou locais que afetam o cinema, disputas acerca de patentes, e desenvolvimentos tecnológicos** (ALLEN; GOMERY, 1995, p. 63 – 64, tradução nossa, grifo nosso).

Nota-se, ainda, que Allen e Gomery pontuam que tais veículos eram direcionados a profissionais do universo cinematográfico, o que possibilitava temas relacionados não apenas aos filmes, mas a indústria como um todo: políticas, tecnologias, patentes (inclusive dos equipamentos e insumos das salas, caso das poltronas).

Além dessas publicações especializadas, a Móveis CIMO S.A. também figurava nas páginas de revistas de arquitetura, como a *Acrópole*¹⁰³ que circulou entre 1938 e 1971. Ao todo publicou 391 números, com textos sobre teoria da arquitetura, imagens e plantas sobre projetos de diversos usos, e publicidade do campo da construção. Encontrei 65 citações a Móveis CIMO S.A., em sua maioria de projetos arquitetônicos de cinema. Não empreenderei uma “biografia” da revista *Acrópole* pois já há diversas pesquisas sobre seu perfil editorial (SILVA, 2017).

Havia também uma publicação própria da fábrica, a revista *Móveis CIMO*, que era distribuída para funcionários, clientes e para outros veículos de imprensa. Ainda que essa publicação não dependesse financeiramente dos anúncios, pois era uma publicação interna sem intenção de lucro (e, ao mesmo, era por si, um material publicitário), a *Revista Móveis CIMO* fornece material de análise sobre como a marca se posicionava mercadologicamente e simbolicamente, inclusive em temas da administração interna, como a narrativa adotada na publicidade, os parceiros comerciais etc.

¹⁰³ Foi integralmente digitalizada e disponibilizada pela Biblioteca da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU/USP).

Por fim, a Móveis CIMO S.A. comprou muitos espaços publicitários na imprensa de circulação diária. Ainda que no caso das poltronas de cinema as figuras de consumidor e usuário se diferenciavam, e, portanto, o direcionamento da publicidade das poltronas era para um público específico, houve uma profusão de peças de divulgação em jornais como *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* sobre as poltronas da Móveis CIMO S.A.

2.1 O CINE-REPÓRTER: SEMANÁRIO CINEMATOGRAFICO

É evidente a concentração de anúncios, reportagens e notícias da Móveis CIMO S.A. publicados no *Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico* (aproximadamente 1000 registros na Hemeroteca Digital Brasileira). Não apenas isso: as pessoas por trás da fábrica (os irmãos Zipperer, diretores e funcionários do alto escalão) e o editor do jornal, Antenor Teixeira, mantinham um vínculo de amizade, revelado nas constantes declarações publicadas.

É notável também a articulação de temas tangentes ao fornecimento de poltronas para o mercado exibidor que eram veiculados no jornal, como a discussão de legislação para salas de cinema, debates acerca da questão do conforto, inauguração de salas etc.

A partir dos pressupostos metodológicos apresentados por Tania Regina de Luca, avalio o periódico *Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico*,¹⁰⁴ publicação que circulou entre 1934 e 1964, em São Paulo. Como o título já diz, sua periodicidade era semanal, ainda que tenha sofrido algumas alterações (que serão explanadas a seguir).

No entanto, é importante pontuar que não tive acesso a íntegra dos números do periódico, pois acessei apenas o que foi digitalizado pela Hemeroteca Digital Brasileira da Biblioteca Nacional. O periódico foi lançado em 23 de junho de 1934, mas o primeiro jornal digitalizado é de 1946, ou seja, 12 anos após o seu lançamento.

Uma explicação sobre essa lacuna é que o jornal, a partir do Estado Novo, em 1937, começou a sofrer perseguições políticas pelo órgão federal de controle da

¹⁰⁴ O texto com mais informações organizadas acerca do periódico se encontra no site da Biblioteca Nacional, datado de 26 de setembro de 2014, porém, sem autoria ou fontes bibliográficas (CINE-REPÓRTER, 2014).

imprensa, o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), antecessor do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), fundado em 1939. Ainda que com funções semelhantes, os dois órgãos possuíam algumas especificidades, como aponta Tania Regina de Luca:

Foi a partir da criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), pelo Decreto Lei 1915 de 27 de dezembro de 1939, regulamentado pelo Decreto Lei 5077 de 29 de dezembro do mesmo ano, que a questão mudou de patamar. Dotado de atribuições muito mais vastas que as de seus antecessores, a importância do DIP, órgão censor e polo ativo de elaboração e difusão do discurso oficial, tem sido reconhecida, a despeito de a ênfase historiográfica recair, no mais das vezes, nas tentativas de cerceamento da liberdade de expressão e de circulação das informações (LUCA, 2011, p. 272).

De fato, essa questão é confirmada, ainda que não diretamente, na edição comemorativa de 12 anos de aniversário do *Cine-Repórter*, em 29 de junho de 1946. Nesse número especial, que tinha 66 páginas (normalmente as edições tinham entre 4 e 8 páginas), o editorial admite um período de “longa noite”, elencando até as estratégias utilizadas para continuar em circulação:

Houve uma longa noite, no Brasil. Nem todos a sentiram, nem todos se debateram nela, à procura de uma réstea de luz. Nós de CINE-REPÓRTER, porém, temos no corpo e na alma, como sombras, as marcas das trevas desse tempo. Os nossos movimentos de libertação, nesse trágico período, valeram-nos as cicatrizes gloriosas que hoje ostentamos como condecorações. As dificuldades que se nos criaram, os obstáculos que desafiaram nossos passos, o poucachinho de justiça que pedíamos e nos era negado, as humilhações distribuídas, o desencontro de propósitos — tudo, enrijados de ideal e enobrecidos de fé, conseguimos superar. Raros os que souberam de nossa luta e, entre estes, mesmo, ninguém a fundo penetrou o nosso drama — a sobrevivência de um alto sonho, a permanência de uma dignidade. Das edições reduzidas às páginas volantes, e destas a ‘Antenor Teixeira Informa’ — a tudo recorreremos para que nunca faltasse o espírito de nosso jornal, para que se mantivesse a chama sagrada. De todos os modos os então donos do Brasil experimentaram a teimosia de nossa crença e força de nossa determinação. Não falhamos e isso nos deixa contentes. E festejando, com este número, 12 anos de vida (foi a 23 de junho de 1934 que CINE-REPORTER apareceu), oferecemos a nós mesmos, e a todos que tanto nos têm estimulado, a beleza de nosso sacrifício, o que vale dizer: a constância que a adversidade soube tocar de fulgurações (MIL, 1946, p. 7).

A partir desse editorial é possível inferir que de fato houve um hiato na publicação, sendo que a mudança de formato e nome foi uma estratégia viável para driblar a censura. Talvez por essa razão que não há as publicações anteriores a 1946 digitalizadas na Hemeroteca Digital Brasileira e infelizmente não encontrei nenhuma edição de *Antenor Teixeira Informa*.

Mesmo a partir dessa data há certa irregularidade na digitalização dos números, o que pode comprometer alguns aspectos de uma pesquisa seriada. O primeiro número digitalizado na Hemeroteca Digital Brasileira é o 520, de 5 de janeiro de 1946, pulando para o número 544, de 22 de junho de 1946. Em alguns anos verifica-se a falta de números (talvez por falta de circulação, talvez pela falta do número no acervo ou pela impossibilidade de digitalização por conta do comprometimento físico do documento).

Nesse sentido, faz-se necessário problematizar também a questão da digitalização. Enquanto Tania Regina de Luca fazia um levantamento dos meandros metodológicos em pesquisas sobre a imprensa e a partir da imprensa (ainda que tenha levado em consideração o caso da microfilmagem), Eric Brasil e Leonardo Fernandes Nascimento, no artigo *História digital: Reflexões a partir da Hemeroteca Digital Brasileira e do uso de CAQDAS na reelaboração da pesquisa histórica*, discutem o uso e a metodologia de análises dessas fontes digitalizadas, em um estudo de caso acerca da Hemeroteca Digital Brasileira.

Para os autores, muitas “pesquisas atuais na área de história tem utilizado recursos digitais sem que o pesquisador empenhe-se em realizar um debate aprofundado sobre as especificidades teórico-metodológicas de sua utilização” (BRASIL; NASCIMENTO, 2020, p. 199).

Nesse artigo, publicado antes da pandemia em 2020, e, portanto, antes do fechamento total ou parcial de arquivos para consulta, há o levantamento de possíveis problemas para a pesquisa feita de forma integral em acervos digitais, como por exemplo a fraude em documentos, erros de reconhecimento de caracteres e a leitura fragmentária dos periódicos, uma vez que nesses serviços é possível a busca por palavras-chave, gerando, dessa forma, uma lógica inversa de pesquisa, pois “implica a existência de um conhecimento ou interpretação prévia daquilo que é possível de ser encontrado no(s) documento(s)” (BRASIL; NASCIMENTO, 2020, p. 203).

Assim, para os pesquisadores, seria necessário um passo elementar na prática historiográfica, já apontada por Tania Regina de Luca, que é a heurística, ou, a “história da própria fonte” (BRASIL; NASCIMENTO, 2020, p. 202).

Para a análise do *Cine-Repórter*, visto que é uma das principais fontes para a presente pesquisa, busco articular as propostas de Tania Regina de Luca e Brasil e Nascimento, em uma perspectiva que leva em conta a história da imprensa e a partir da imprensa, no contexto de digitalização dos acervos. Assim, retomo a questão de que há lacunas na digitalização do periódico,¹⁰⁵ e é necessário expressar que não dispus do acervo integral para consulta.¹⁰⁶

A publicação está digitalizada até 1965, ano em que foi publicado apenas dois números. Em 1962 a publicação foi interrompida, sem circulação em 1963, e em fevereiro de 1964 o periódico retoma as atividades, e pontua em editorial que a circulação foi paralisada por conta de uma doença que acometeu o diretor Antenor Teixeira, afastado da redação em agosto de 1962.

Com a circulação desta edição, Cine-Repórter vê superado o hiato que paralisou suas atividades durante vários meses, tirando-o do contato que sempre mantivera constante com nossa cinematografia. Motivos de absoluta força maior, como a enfermidade e o infausto desaparecimento do nosso pranteado diretor [...]. Desde agosto de 1962, quando interrompemos nossa circulação, até hoje, muita coisa aconteceu, assinalando seu decurso com a marca inexorável do tempo. Novos cinemas surgiram, enquanto outros desapareceram, circuitos sofreram alterações, distribuidoras e exibidoras também acusaram alterações, e nós mesmos já não somos exatamente como éramos (NOVA, 1964, p. 6).

O caráter da publicação também foi alterado, pois passou a ter periodicidade mensal, e o título passou a ser *Cine-Repórter: Revista Mensal de Cinematografia*, assumindo, assim, o nome de revista (em agosto de 1964, por problemas financeiros, passou a circular bimestralmente).

¹⁰⁵ Há, na Hemeroteca Digital Brasileira, aproximadamente 810 números digitalizados do *Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico*.

¹⁰⁶ O jornal era impresso pela Gráfica Cinelândia. O nome da gráfica apontava seu principal nicho, publicações relacionadas ao universo cinematográfico (periódicos, anúncios, programas de salas), ainda que o endereço da empresa não era na região que compreendia a Cinelândia paulistana. É uma empresa em funcionamento nos dias atuais e possui em seu acervo, segundo troca de mensagens via *Instagram*, a coleção integral do periódico *Cine-Repórter*. No entanto, em contato realizado via meio eletrônico em 23 de junho de 2021, a gráfica respondeu que não disponibilizava a documentação para consulta.

Na edição de fevereiro de 1964, além de relatar o novo aspecto do periódico (e diversas felicitações de empresas cinematográficas pela retomada), há uma homenagem a Antenor Teixeira, reconhecido como fundador do periódico e diretor até 1962.

Não fica evidente, no entanto, qual doença acometeu o jornalista, e não há nenhum dado sobre sua morte, ocorrida em 2 de fevereiro de 1963, segundo a página de anúncios fúnebres do *O Estado de S. Paulo* (figura 40), com homenagens de empresários e outros órgãos da imprensa, como Ubirajara Petroni Jr., editor da *Revista O Exibidor* e a Gráfica Cinelândia.

FIGURA 40 - OBITUÁRIO DE ANTENOR TEIXEIRA

† Hermantino Coelho, Ubirajara Petroni, J. B. Menezes Ladessa, Francisco José Campos, Primo Carbonari, Cinografica São Luiz, Grafica Cinelandia Ltda.,
representando a imprensa escrita e filmada da classe cinematografica, cumprem o doloroso dever de comunicar o falecimento, ontem ocorrido, do senhor

ANTENOR TEIXEIRA

diretor de "Cine Reporter" e decano da imprensa cinematografica especializada.

O enterro realiza-se hoje, às 9 horas, saindo o feretro do Velorio da Igreja de Santa Cecilia, Largo de Santa Cecilia, para o Cemiterio São Paulo.

FONTE: O Estado de S. Paulo. 03 fev. 1963, p. 27. Acervo O Estado de S. Paulo.

Aliás, foi apenas na presente pesquisa que obtive dados biográficos acerca de Antenor Teixeira, pois em seu próprio jornal ou até nas homenagens póstumas não havia menções sobre sua origem, data ou local de nascimento ou sua formação, por isso a busca em outras publicações ou acervos foi necessária.

Uma dessas possibilidades foi nas fichas do DEOPS (Departamento de Ordem Política e Social) (figura 41). Antenor Teixeira foi fichado em 9 de outubro de 1947, portanto, após a retomada da publicação e do período de perseguição relatado. Era uma prática comum o DEOPS fichar determinados perfis de profissão ou condição, como jornalistas, sindicalistas, artistas ou migrantes, sem que

necessariamente tais pessoas fossem presas (ou até mesmo tivessem ciência do fichamento).

Essa ficha é um dos documentos com mais informações sobre Antenor Teixeira, pois, para além do ato de registro no DEOPS, é possível obter dados como sua filiação, data e local de nascimento, estado civil e a profissão, marcada como jornalista.

FIGURA 41 - FICHA DE ANTENOR TEIXEIRA NO DEOPS

SECRETARIA DA SEGURANÇA PÚBLICA	
DEPARTAMENTO DE ORDEM POLÍTICA E SOCIAL	
Cutis	Ficha n.º _____ Nome: <u>ANTENOR TEIXEIRA</u>
Cabelos <u>= Revisão =</u>	Data: <u>9-10-47</u> Vulgo: _____
Bigodes	Prontuário Delegacia n.º <u>= 6.507 =</u>
Olhos <u>= CSN =</u>	Prontuário geral n.º <u>= 41.473 =</u>
Estatura	Atividade _____
Marcas	
Filiação: — Pai: <u>João Augusto Teixeira</u> Mãe: <u>Maria Aurora Teixeira</u>	
Idade: _____ anos. Nascido em <u>24</u> de <u>maio</u> de <u>1.890</u> Sexo: <u>Masculino</u>	
Nacionalidade: <u>Brasileira</u> Natural de: <u>Batataes</u>	
Estado civil: <u>Casado</u> Profissão: <u>Jornalista</u>	
Ordenado: Cr.\$ _____ Local de trabalho: <u>São Paulo = Capital.</u>	
Residências: <u>São Paulo = Capital.</u>	
É sindicalizado? _____ Sindicato e locais que costuma freqüentar: _____	

T. D. 1. - Mod. 67

FONTE: Prontuários DEOPS/SP. Arquivo do Estado de São Paulo.

Porém, qual foi o processo que levou Antenor Teixeira a fundar um periódico especializado em cinema? Quais foram os argumentos e interesses iniciais da publicação? Como foi a formação do jornal? Quem eram os profissionais envolvidos na redação e reportagem? Desde o início ele teve a atividade jornalística ou também se envolveu em outros ramos, como a exibição?

Em pesquisa na Junta Comercial do Estado de São Paulo (JUCESP), uma empresa com razão social Antenor Teixeira está cadastrada desde 26 de abril de 1938, com a seguinte descrição de atividades: cinemas, teatros, salões para recitais

e concertos. Teixeira pode ter sido um empresário do ramo exibidor, o que indica sua circulação em diversos meios.

É conhecido que Antenor Teixeira já possuía uma circulação no mercado exibidor cinematográfico antes mesmo da fundação do *Cine-Repórter*. Em 1930, por exemplo, nas crônicas sociais do *Correio Paulistano*, há uma nota sobre uma viagem para o Rio de Janeiro de Antenor Teixeira com Gustavo Zieglitz (representante da Móveis CIMO S.A.) e Luiz Grentener, representante da Urania Film (CHRONICA, 1930, p. 5). Ou seja, Teixeira acompanhava de perto o mercado exibidor e parte de seus negociantes (inclusive aqueles alinhados aos círculos dos migrantes alemães), e assim infere-se que ele conhecia o universo exibidor com certa intimidade.

Em relação ao conteúdo do *Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico*, havia uma recorrência nas seções, e como supracitado, tinham entre 4 e 8 páginas (exceto em casos especiais, como cobertura de eventos nacionais ou internacionais, aniversário do periódico, data comemorativa de algum exibidor ou circuito etc.). Não há, na ficha técnica do jornal, informações acerca de sua tiragem.

A capa tinha o formato de pequenas notas ou, em alguns casos, introduções que tinham continuidade nas demais páginas do jornal, geralmente notícias do campo cinematográfico: inaugurações de salas, questões legislativas ou judiciais acerca do cinema, relatos sobre avanços tecnológicos na produção ou exibição, negociações das companhias cinematográficas e distribuidoras, pautas do sindicato dos exibidores, questões acerca da censura etc., enfim, uma infinidade de pautas distribuídas entre as páginas do periódico.

Na segunda página há uma seção social fixa, que prestava homenagens a pessoas próximas ao periódico, como empresários do ramo cinematográfico e anunciantes, por conta de aniversários ou alguma conquista profissional importante, como prêmios ou expansões comerciais.

Também havia uma seção dedicada a notícias dos correspondentes de outras cidades e estados, que se chamava “Notícias do interior”. No caso das notícias do Rio de Janeiro, por ser a capital, havia a seção própria: “Notícias do Rio”.

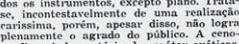
Havia, por fim, uma correspondente em Hollywood, a jornalista Dulce Damaceno de Brito.¹⁰⁷

Ao final do jornal havia a seção “revista das estreias: crítica imparcial e independente”, que detalhava a ficha técnica de filmes (produção, orçamento, data de lançamento, elenco, duração, classificação indicativa), uma breve sinopse e a crítica do jornal, além de uma nota, de 1 a 4, representada por poltronas de cinema, em que cada poltrona ocupada era um ponto, como exemplificado na edição de 28 de agosto de 1954, em que dois filmes são avaliados (figura 42).

FIGURA 42 - PÁGINA DA REVISTA DAS ESTREIAS

REVISTA DAS ESTREIAS

CRÍTICA IMPARCIAL E INDEPENDENTE

<p style="text-align: center;">FURIA DO DESEJO («Ruby Gentry»)</p>  <p>Produção: 20th Century-Fox Produtores: Joseph Bernard e King Vidor Estreia: 25 de agosto Cines: Marabá, Ritz (Consolação) e outros Preço: Cr\$ 10,00 Assunto: Drama Duração: 82 minutos Cens.: Proibido até 18 anos. Intérpretes: Jennifer Jones (Ruby Gentry), Charlton Heston (Boake Tackman), Karl Malden (Jim Gentry) e, em outros papéis, Tom Tully, Bernard Phillips, James Anderson, Josephine Hutchinson, Phyllis Avery, Herbert Heyes, Myra Marsh, Charles Cane, Sam Flint e Frank Wilcox. Realização de King Vidor — Entrecho de Sylvia Richards — Baseado no original de Arthur Fitz-Richards (De janeiro, 1953). 1953). CRÍTICA: Numa pequena cidade da Carolina do Norte, Ruby Gentry (Jennifer Jones), jovem obscura e pobre, casase, por vingança, com Jim Gentry (Karl Malden), viúvo e rico, uma vez que seu namorado, Boake Tackman (Charlton Heston), casara-se com uma jovem da alta sociedade local. Mas a jovem esposa é despreczada e quando enluvece, em virtude de um acidente com o marido, tenta matá-lo. E isso, em parte, ele consegue, presfriando o namorado, enquanto é assassinado pela própria irmã. CRÍTICA: Apresentando um triângulo amoroso, onde, a seu modo, cada ângulo exterioriza seus sentimentos de coração, este filme desenvolve um entrechoque dramático que prende, da primeira à última cena, a atenção do espectador. Vivendo as principais personagens, Jennifer Jones, Charlton Heston e Karl Malden realizam ótimo trabalho interpretativo. O mesmo se pode dizer dos demais artistas, que, em papéis, de pequena responsabilidade, prestam boa colocação. É variado o número de cenários — interiores e exteriores — que enquadram e desenrolam a ação, cujo interesse não decai em nenhum momento. A sequência final, que se desenrola num pantanal, provoca momentos de emoção. Bom programa para qualquer público.</p> <p style="text-align: center;">ÚLTIMA FELICIDADE («Hon Dansade En Semmars»)</p> <p>Produção: (Sueca) Distribuição: França Filmes Estreia: 3 de março Cine: Normandie Preço: Cr\$ 10,00 Assunto: Drama Cens.: Proibido até 18 anos Intérpretes: Ulla Jacobson, Folke Sundquist, Edvin Adolphson e outros. Realização de Arne Mattson.</p>	<p style="text-align: center;">A NAVE DO TESOURO («The Sea Tiger»)</p>  <p>Produção: Monogram Produtor: William F. Brody Distribuição: Allied Artists Estreia: 1.º de março Cine: Pedro II Preço: Cr\$ 8,00 Assunto: Drama Duração: 71 minutos Intérpretes: Marguerite Chapman (Jenine), John Archer (Ben MacGrum), Harry Lauter (Jon Edmund) e, em outros papéis, Marvin Press, Mara Gorday, Ralph Sanford, Lyle Talbot, Paul McGuire e Sam Flint. Realização de Frank MacDonald — Entrecho de Sam Rocca — Baseado no original de Charles Yerkov (De julho, 1952).</p> <p style="text-align: center;">O LAÇO DO CARRASCO («Hangman's Knot»)</p>  <p>Produção: Columbia Estreia: 22 de fevereiro Cines: Opera, Rosario e outros Preço: Cr\$ 10,00 Assunto: Western Duração: 84 minutos Cens.: Proibido até 14 anos Intérpretes: Randolph Scott (Matt Stewart), Donna Reed (Molly Hull), Claude Jarman Jr. (Janie Groves) e, em outros papéis, Frank Faylen, Glenn Langan, Richard Denning, Lee Marvin, Jeanette Nolan, Clem Bevans, Ray Teal, Guin «Big Boy» Williams, Monte Blue, John Call e Reed Howes. Realização de Roy Huggins (De novembro, 1952).</p> <p style="text-align: center;">OS TURBULENTOS («The Last Posse»)</p>  <p>Produção: Columbia Produtor: Harry Joe Brown Estreia: 1.º de março Cine: Broadway Preço: Cr\$ 10,00 Assunto: Drama Duração: 73 minutos Cens.: Proibido até 10 anos Intérpretes: John Derek (Red Clayton), Broderick Crawford (Sheriff John Frazier), Charles Bickford (Sampson Drume), Wanda Hendrix (Deborah Morley) e, em outros papéis, Warner Anderson, Henry Hull, Will Wright, Tom Powers, Raymond Greenleaf, James Kirkwood, Eddy Waller, Skip Homeier, James Bell, Guy Wilkerson, Mira McKinney, Helen Wallace, Harry Hayden e Monte Blue. Realização de Alfred Werker (De julho, 1953).</p>	<p style="text-align: center;">OS 5000 DEDOS DO DR. T. («The 5.000 Fingers of Dr. T.»)</p>  <p>Produção: Stanley Kramer Distribuição: Columbia Estreia: 25 de agosto Cines: Ipiranga, Majestic e outros Preço: Cr\$ 10,00 Assunto: Fantasia musical Duração: 88 minutos Cens.: Livre Intérpretes: Peter Lind Hayes (Zazladowski), Mary Healy (Sra. Collins), Hans Couriel (Dr. Terwilliker), Tommy Rettig (Bart) e, em outros papéis, John Heasley, Robert Heasley, Noel Gravut e Henry Kulky. Realização de Roy Rowland — Entrecho de Dr. Seuss e Allan Scott — Fotografia em técnico de Frank Planer — Fundo musical de Frederick Hollander (De junho, 1953). ARGUMENTO: Um garoto, orfão de pai, é obrigado a estudar piano, com um professor que comparece à sua casa e por insistência de sua mãe. Mas o menino detesta o piano e, durante a lição, adormece, sonhando uma história em que o professor encarcera 500 garotos, a fim de que eles toquem um concerto num imenso piano. Mas graças a uma astúcia do menino o concerto não se realiza. Entrementes com isto aparecem grandes fantasias musicais. CRÍTICA: Interessante e original, a fantasia musical que este filme apresenta em técnico, o tema abordado se prende ao sonho de um garoto, com quem o espectador tem oportunidade de vê-lo, em forma espetacular, bailarinos e tocadores de todos os instrumentos, excepto piano. Trata-se, incontestavelmente de uma realização caríssima, porém, apesar disso, não logra plenamente o agrado do público. A cenografia e indumentária de caráter exóticos, é variada e de um filme de agrado problemático apenas podemos dizer que do ponto de vista comercial ele realiza programa recomendável para plateias apreciadoras de fantasias musicais.</p> <p style="text-align: center;">NÓDO INFAMANTE («The System»)</p>  <p>Produção: Warner Brós Produtor: Sam Bischoff Estreia: 22 de fevereiro Cines: Art Palácio, Esmeralda e outros Preço: Cr\$ 10,00 Assunto: Policial Duração: 87 minutos Cens.: Proibido até 14 anos Intérpretes: Frank Lovejoy (John Merrick), Joan Weldon (Felice Stuart) e, em outros papéis, Robert Arthur, Paul Picerni, Donald Brédos, Jerome Cowan, Dan Seymour, Sarah Selby, Fay Roope, Frank Richards, Victor Perrin, Henry Cordien, Howard Nugley, Al Gordon, Bruno VeSota e Richard Garrick Realização de Lewis Seiler — Entrecho de Jo Eisinger (De abril, 1953).</p>
---	---	--

Qualquer publicidade em «CINE-REPORTER» realiza seu máximo objetivo, percorrendo todos os setores cinematográficos do país

«CINE-REPORTER»

28 de Agosto de 1954

FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 28 ago. 1954, p. 4. HDB.

¹⁰⁷ O anúncio do início da colaboração da correspondente foi feito no Cine-repórter em 21 de junho de 1952, e a profissional permaneceu como correspondente até 1962, ou seja, 10 anos ininterruptamente.

Havia um investimento nessa seção, pois ela ocupava uma página completa do periódico, além de ter um cabeçalho próprio e algumas ilustrações. Filmes que não eram selecionados para a crítica eram mencionados em uma relação de lançamentos do mês corrente.

Por fim, havia a seção “Guia do Comprador”. Era uma página inteira exclusiva para anúncios (de compra ou venda). Em 1955, por exemplo, um anúncio nessa seção custava aproximadamente Cr\$ 40,00 o centímetro (GUIA, 1955, p. 14). No entanto, o periódico trazia muitos anúncios a parte da seção durante as páginas, em diversos formatos, desde página inteira, meia página, um quarto de página etc.

É necessário pontuar que os limites de alguns desses materiais não estão evidentes em relação aos seus objetivos, pois notícias podem ser pagas, ou anúncios podem ter uma configuração de notícia ou cobertura de eventos. É o caso, por exemplo, de uma matéria que tem a manchete “Importante Missão Industrial”, relatando que Raymundo Egg, um dos diretores da Móveis CIMO S.A. no período, faria uma viagem para aquisição de novas máquinas para a produção de mobiliário (figura 43).

FIGURA 43 - NOTÍCIA DA VIAGEM DE RAYMUNDO EGG



A palavra missão, inclusive, é geralmente empregada no sentido religioso, militar ou diplomático, pois desperta um sentido de dever que está acima do indivíduo, seja espiritual ou patriótico, o que é reforçado pelo texto da matéria.

Evoluindo através os anos, graças ao dinamismo dos que a dirigem e à preferência de seus freguezes, MÓVEIS CIMO S. A. se transformou na mais poderosa indústria mobiliária da América Latina. E procurando acompanhar, sempre de perto, a evolução da técnica moderna, Móveis Cimo vem de destacar seu Diretor Gerente, Sr. Raymundo Egg, para uma viagem de estudos junto às organizações industriais de diversos países europeus, entre os quais a Holanda, Itália, Alemanha, Áustria, França, Suíça e Inglaterra, onde examinará a possibilidade de aquisição de novos equipamentos para a firma, necessários à ampliação de seu parque industrial e exigidos pelo constante aumento do mercado consumidor de âmbito nacional. [...] **Sua viagem não visa, apenas, o interesse particular de uma empresa, mas se reveste de importância para a própria indústria brasileira** (IMPORTANTE, 1955, p. 5, grifos nossos).

Alguns elementos apontam que não é uma notícia a partir de uma pauta espontânea, mas sim um material produzido a partir do departamento de publicidade da fábrica. Em relação a organização do texto, a família tipográfica utilizada é diferente da maioria das notícias da mesma edição. O layout prioriza um espaçamento mais amplo entre o texto e a presença da imagem, indicando uma ênfase nessa notícia. A fotografia, por sinal, é do embarque de Raymundo Egg no avião, reforçando o impacto da modernização da fábrica. A legenda aponta para uma obra de fotojornalismo, pois diz que o “clichê fixa um flagrante”, ainda que seja evidente que é uma foto posada.

O conteúdo do texto afirma que a Móveis CIMO S.A. é a “mais poderosa indústria mobiliária da América Latina”. Ora, essa colocação, se partindo do periódico, geraria um conflito com outros anunciantes de poltronas para cinema, que também eram recorrentes, como as poltronas BRAFOR e Kastrup.

Esses elementos confirmam que não se trata, de fato, de uma notícia, mas um espaço de meia página que a Móveis CIMO S.A. comprou e produziu um material publicitário confundindo-se com o material jornalístico. No entanto, durante a pesquisa, pareceu que apenas a Móveis CIMO S.A. adotava essa estratégia, ou tinha permissão do jornal para desenvolvê-la.

Historicizar essa relação é importante para compreender o espaço de uma fábrica fornecedora de mobiliário para cinema dentro de um periódico especializado e suas implicações, como as que Tania Regina de Luca preconiza sobre o que é noticiado e evidenciado nos jornais.

O pesquisador dos jornais e revistas trabalha com o que se tornou notícia, o que por si só já abarca um espectro de questões, pois será preciso dar conta **das motivações que levaram à decisão de dar publicidade a alguma coisa. Entretanto, ter sido publicado implica atentar para o destaque conferido** ao acontecimento, assim como para o local em que se deu a publicação: é muito diverso o peso do que figura na capa de uma revista semanal ou na principal manchete de um grande matutino e o que fica relegado às páginas internas. [...] Em síntese, **os discursos adquirem significados de muitas formas**, inclusive pelos procedimentos tipográficos e de ilustração que os cercam. A ênfase em certos **temas, a linguagem e a natureza do conteúdo tampouco se dissociam do público que o jornal ou revista pretende atingir** (LUCA, 2008, p. 140, grifos da autora).

Um exemplo dessa ênfase apontada por Tânia de Luca é uma capa de dezembro de 1951 do *Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico* (figura 44). A partir da manchete “REVENDO O ARQUIVO DE <<CINE-REPORTER>>”, o jornal faz referência a uma visita realizada na redação em 1937, por Gustavo Zieglitz e os irmãos Zipperer, com o seguinte texto.

ZIPPERER, um nome que hoje vemos à frente de CIMO, prolonga na probidade, na inteligência, no espírito progressista, o ZIPPERER de ontem, de há muitos anos – testemunha e participa da brava luta com que o campo industrial colaborou nos triunfos e nas galas da Sétima Arte em nossa terra. Revendo o arquivo CINE-REPÓRTER – tão rico em experiências e tão fiel no registro dos fatos realmente interessantes – vamos encontrar (remetendo-nos, então, a setembro de 1937 – já lá vão 14 anos!) de par com uma homenagem a Gustavo Zieglitz, diretor da E.C. Pathé, a consagração dos méritos de JORGE ZIPPERER e de MARTIR ZIPPERER, aquele já roubado ao nosso convívio, e, este, em plena atividade, dando muito de seu – dinamismo, entusiasmo, força de vontade, consciência acústica – à poderosa empresa que é a CIMO. Ligado pela amizade, há muitos lustros ao diretor de CINE-REPÓRTER, verá MARTIR ZIPPERER na reprodução fotográfica que acompanha estas linhas (onde estão muitos dos que o estimam) que os sentimentos de hoje são os mesmos que ontem louvavam pela admiração (numa festa que tornava viva e presente uma ausência) aquelas qualidades que vão rareando em nosso meio, mas que no conhecido homem de negócios são o belo coroamento de uma nobre existência (REVENDO, 1951, p.1).

FIGURA 44 - CAPA DO CINE-REPÓRTER



FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 08 dez. 1951, p. 1. HDB.

Destaco esse pequeno trecho para analisar a questão da relação, não apenas de amigos, mas de indústria e arte exposta no jornal. Na fotografia (figura 45) foram retratados Gustavo Ziegltz (na fileira da frente, 3ª pessoa sentada) e Jorge Zipperer (na fileira da frente, 4ª pessoa sentada). Infelizmente não foi possível identificar Martin Zipperer e Antenor Teixeira, assim como o restante das pessoas. O espaço, preparado para a visita, estava ornado com três cartazes: “Salve Jorge Zipperer”, “Salve Gustavo Ziegltz” e “Salve Martin Zipperer”.

Essa rede de negócios e de laços afetivos foi retratada na capa de um jornal de circulação semanal, a partir de uma notícia de arquivo. Ou seja, para o editor,

naquele momento, priorizava-se o destaque na capa de uma empresa parceira de negócios, que 14 anos antes da veiculação já havia sido homenageada, e que em 1951 (ano de comemorações dos 30 anos da primeira encomenda da Móveis CIMO S.A.), foi novamente lembrada.

FIGURA 45 - VISITA A REDAÇÃO DO CINE-REPÓRTER



FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 08 dez. 1951, p. 1. HDB.

Essa identificação também faz parte do caminho metodológico proposto por Tania Regina de Luca na análise dos periódicos, ou o que ela chama de ligações cotidianas envolvendo o poder financeiro, mas também observo os laços afetivos e simbólicos.

De fato, jornais e revistas não são, no mais das vezes, obras solitárias, mas empreendimentos que reúnem um conjunto de indivíduos, o que os torna projetos coletivos, por agregarem pessoas em torno de ideias, crenças e valores que se pretende difundir a partir da palavra escrita. Por isso Sirinelli os caracteriza como um ‘ponto de encontro de itinerários individuais unidos em torno de um credo comum’. Daí a importância de se **identificar cuidadosamente o grupo responsável pela linha editorial, estabelecer os colaboradores mais assíduos, atentar para a escolha do título e para os textos programáticos**, que dão conta de intenções e expectativas, além de fornecer pistas a respeito da leitura de passado e de futuro compartilhada por seus propugnadores. Igualmente importante é **inquirir sobre suas ligações cotidianas com diferentes poderes e interesses financeiros**, aí incluídos os de caráter publicitário. Ou seja, à análise da materialidade e do conteúdo é preciso acrescentar aspectos nem sempre imediatos e necessariamente patentes nas páginas desses impressos (LUCA, 2008, p. 140, grifos da autora).

Algumas notícias também detalham aspectos da Móveis CIMO S.A. desconhecidos na pesquisa até então. Havia uma dúvida desde o projeto de pesquisa se a fábrica mantinha um departamento próprio de publicidade ou se terceirizava esse serviço por agências.¹⁰⁸ Em uma notícia do *Cine-Repórter* pode-se constatar, no entanto, que havia um departamento próprio, pelo menos na década de 1950, tanto em âmbito geral, como também nas filiais estaduais.

Em 31 de março de 1956 (figura 46), a partir da manchete “Visita do Sr. Felipe Gloch,¹⁰⁹ da CIMO de Curitiba, a Cine-Repórter”, é possível elencar detalhes, redes e relações sobre a circulação da publicidade da Móveis CIMO S.A. O texto da matéria diz que,

De passagem por esta Capital, visitou-nos dia 19 último o Sr. Felipe Glock [grafia diferente da manchete], dinâmico Chefe Geral de Departamento de Publicidade de MÓVEIS CIMO S/A, na Matriz desta firma, em Curitiba. O Sr. Felipe Glock, que nos visitou em companhia do Sr. Antônio Bastos, Chefe do Departamento de Publicidade da filial de São Paulo da Cimo, manteve conosco amistosa palestra [...] (VISITA, 1956, p. 15).

¹⁰⁸ A década de 1950 foi também o momento de institucionalização da propaganda e da publicidade em São Paulo, Rio de Janeiro e outras capitais. Entre 1910 e 1920 houve um momento inaugural que Thiago de Mello Genaro aponta como arte publicitária, com a relação entre texto e imagem. O mesmo autor reconhece que mesmo que as agências profissionais, tenham instalado escritório no Brasil a partir do final da década de 1920, foi apenas na década de 1950, com a criação da Escola de Propaganda do Museu de Artes de São Paulo, em 1951, e da *Revista Propaganda*, fundada pela mesma escola em 1956, que gerou esse campo institucional (GENARO, 2012, p. 85).

¹⁰⁹ Nota-se que a manchete e a notícia apresentam grafias diferentes do sobrenome do Chefe Geral do Departamento de Publicidade. A grafia correta é Glock.

Na fotografia da matéria o editor de *Cine-Repórter* está com Antônio Bastos, do escritório da Móveis CIMO S.A. de São Paulo e Felipe Glock. Este segura o número de *Cine-Repórter* que circulou em 28 de janeiro de 1956, edição especial dedicada a Conferência Mundial da Metro-Goldwyn-Mayer (MGM), em que é possível verificar, na imagem, a conhecida imagem do leão que identifica a marca. Nota-se também que o *Cine-Repórter* não era um jornal de grandes dimensões: exatamente 32 cm x 24 cm, pouco maior que uma folha de sulfite e menor que o formato tabloide, 43 cm x 28 cm.

FIGURA 46 - VISITA DE FELIPE GLOCK AO CINE-REPÓRTER



FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 31 mar. 1956, p. 15. HDB.

Além da já destacada informação sobre a existência de um departamento próprio de publicidade¹¹⁰ – que revela componentes importantes sobre a Móveis CIMO S.A., sobretudo no que diz respeito a especificidade de seus anúncios de

¹¹⁰ É possível notar em alguns anúncios publicitários a assinatura de quem produziu. As peças elaborados pelo departamento interno eram assinadas com “Cimopubli”. As demais levavam o nome da agência contratada.

poltronas para cinema -, sabe-se quem são alguns dos profissionais dessa produção e nessa relação de rede de negócios, garantindo elementos para construir um mapa dos diversos agentes envolvidos.

Visitas desse tipo a redação do jornal podem indicar a continuidade da relação afetiva demonstrada pela notícia da visita dos irmãos Zipperer e Gustavo Zieglitz ao *Cine-Repórter* (conforme figura 43). Mais do que isso, indica também o cuidado estratégico de Felipe Glock com o seu investimento publicitário, uma vez que dirigia o setor responsável por esse aporte e tinha a preocupação em acompanhar de perto um veículo em que a Móveis CIMO S.A. era uma das principais anunciantes. Por outro, também revela que o *Cine-Repórter* recebia e noticiava esse encontro de forma cordial, para perpetuar essa relação com a principal anunciante. O interesse era mútuo.

A percepção do Felipe Glock considerava uma boa publicidade foi descrita por ele mesmo, em um texto da *Revista Móveis CIMO*, também em 1956. Em uma seção chamada Página Publicitária (que não se repetiu nos números que consegui acessar), o texto foi intitulado como “A falsa modéstia do comerciante”, e foi assinado por F.G. (Felipe Glock).

Há quem não faz publicidade sob alegação de não querer ‘fazer ruído’. Mas os ruídos dessa natureza não estão proibidos. E não o estão, porque não molestem. Tal atitude é tacanha e já pertence ao passado. Diziam os comerciantes de então: ‘Não dou conta da procura, apesar de não gastar um ceitel em publicidade. Portanto, como vou fazê-la, se não posso vender mais do que vendo?’

Contudo, após a época das ‘vacas gordas’, poderá advir a temporada das ‘vacas magras’. A prosperidade está eminente a crise. Aquela clientela tratada com menos ou sem nenhuma consideração, aqueles pedidos não atendidos, etc., tudo é lastro para piores negócios. O cliente tem memória... e não esquece facilmente.

Os americanos, durante a guerra, dedicavam-se sistematicamente a fazer propaganda recordativa e de prestígio com dísticos patrióticos. No entanto, suas publicações, no que pese o racionamento do papel, continuavam repletas de anúncios. ‘Hoje não podemos vender-lhe, senhor cliente — diziam os anúncios — mas estamos trabalhando ativamente para ganhar a guerra e poder novamente servi-lo com maior eficiência quando soar a hora da paz...’

A publicidade não só vende; cria prestígio, fomenta a fé, segura a freguesia. Quem não necessita desses recursos para os seus negócios? (GLOCK, 1956, p. 20, grifo nosso).

A partir desse trecho é possível compreender a recorrência constante de anúncios e notícias da Móveis CIMO S.A. no *Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico* (afinal são mais de 1000 registros em 813 números): não era apenas o anúncio direto que importava, mas uma estratégia que “cria prestígio, fomenta a fé”, como uma empresa tradicional e capaz de suprir a demanda nacional de poltronas para cinema e casas de espetáculos. Ainda que não anunciasse diretamente um produto, uma novidade, uma solução, era uma marca constantemente lembrada, visível.

No número de 8 de dezembro de 1951 do *Cine-Repórter* é possível também ter uma ideia do posicionamento interno acerca da publicidade e do relacionamento com os anunciantes. Evidentemente que a saúde financeira do jornal dependia dos anúncios, mais que assinantes. Mas havia, mesmo na publicidade, uma intenção editorial.

Na página 2 foram publicadas as tarifas de publicidade (figura 47). Esses dados possibilitam analisar a perspectiva prática da publicidade em um veículo da imprensa especializada, e assim avaliar também como era a relação da Móveis CIMO S.A. com o *Cine-Repórter*. Talvez, por ser uma grande anunciante, a fábrica tenha firmado um contrato especial com preços diferenciados, mas, ainda assim, há um valor básico para analisar.

FIGURA 47 - TARIFAS DE PUBLICIDADE CINE-REPÓRTER

TARIFAS DE PUBLICIDADE	
Uma página	Cr\$ 2.500,00
2/3 de página	Cr\$ 2.100,00
Meia página	Cr\$ 1.600,00
1/3 de página	Cr\$ 1.200,00
1/4 de página	Cr\$ 950,00
1/8 de página	Cr\$ 650,00
Centímetro de coluna	Cr\$ 50,00

★ Anúncios na 1.^a página, mais 50%; na última página, mais 40%; na 2.^a e 3.^a capa, mais 30%. Em outras páginas mas com colocação determinada, mais 20%.

★ Para contratos de 12 ou mais edições desconto de 20%.

★ Anúncio em 2 cores, mais 50%.

★ Mais cores, a combinar.

★ Os clichés são fornecidos pelo anunciante.

Detalhes: Uma página tem 3 colunas. Uma coluna tem 28x6½ centímetros.

Os recibos de assinaturas e publicidade só serão válidos quando firmados por ANTE-NOR TEIXEIRA ou LUIZ R. PATRIMA.

NUMERO AVULSO — COMUM, 3 CRUZEIROS; ESPECIAL, 12 CRUZEIROS

FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 08 dez. 1951, p. 1. HDB.

O valor da página inteira, evidentemente, é o mais alto, Cr\$ 2.500,00, e no outro extremo há o centímetro de coluna, custando Cr\$ 50,00. Geralmente os

anunciantes que publicavam em uma página inteira ou metade de página possuíam uma disposição com texto e imagem (ilustração ou fotografia), salvo casos especiais, e poderiam ser elaborados por uma agência contratada (que aumentaria ainda mais os custos de publicidade) ou por um setor interno. Nota-se também a hierarquização das páginas para o jornal. O anúncio na capa, de qualquer tamanho, deveria ser acrescido 50% do valor, e na última, 40%. Nas 2ª e 3ª páginas, o valor deveria ser acrescido com 30%. E quando o anúncio tinha posição determinada nas demais páginas 20%. Contratos de 12 edições ou mais, (ou seja, 3 meses consecutivos como anunciante) geraria desconto de 20% no valor total. Outro detalhe é a possibilidade de adição de cores (ainda que a digitalização do jornal, infelizmente, tenha sido feita em escala de cinza).

A Móveis CIMO S.A. explorou muitas dessas possíveis configurações. Em uma publicação de página inteira em 1948, a fábrica homenageou a carreira de 30 anos de J. B. Andrade (figura 48).

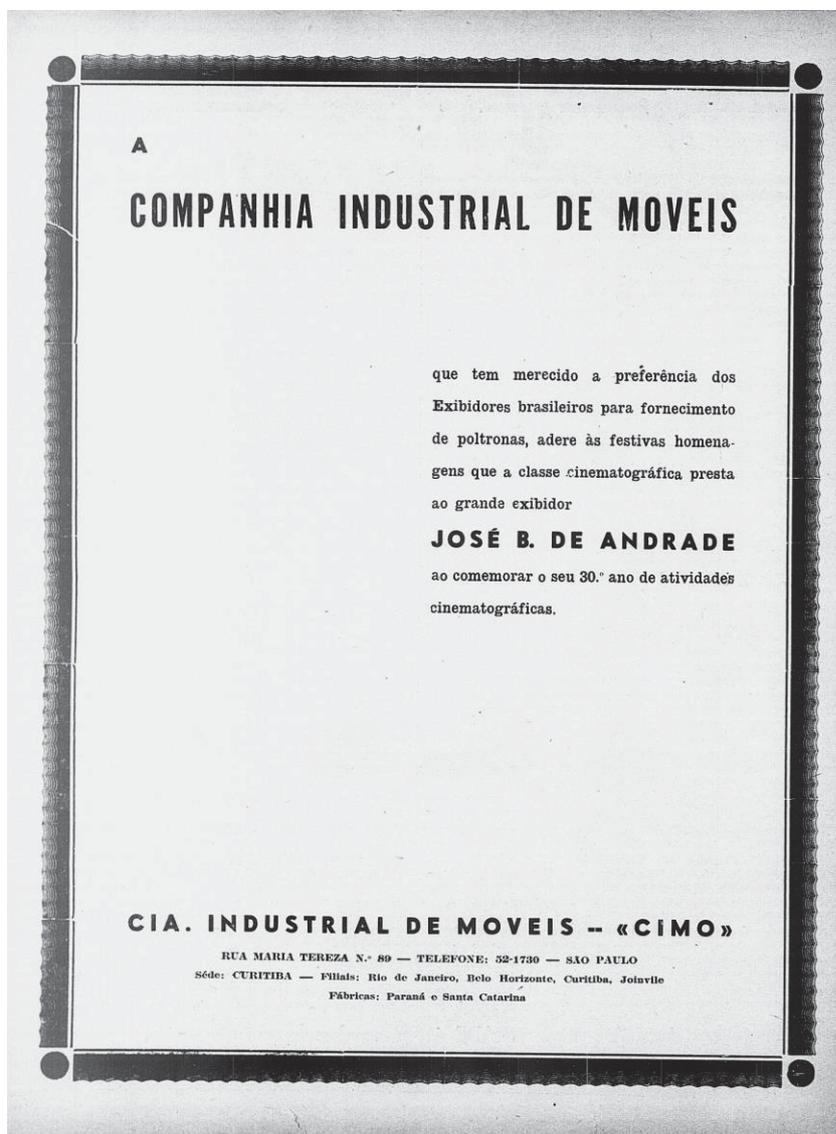
Ainda que não fosse um anúncio, teve como objetivo a concretização de uma boa relação de um dos maiores clientes (e filho do primeiro cliente, como explorado no capítulo 1). A peça adota uma estética gráfica sóbria e formal. A moldura com cantos arredondados, levemente ornamentada, transmite uma ideia de solenidade, reforçada pelo amplo espaço em branco, um recurso gráfico comum em anúncios institucionais ou de homenagem, e não de publicidade direta de produto. De todo modo, não deixa de ser um espaço publicitário pago, com a intenção de garantir visibilidade e boa relação com um cliente.

A hierarquia tipográfica privilegia três elementos: o nome da empresa, em caixa alta; o nome do homenageado, também em caixa alta e a assinatura da empresa. Nota-se que é a segunda página e foi cobrado um acréscimo, ou seja, a Móveis CIMO S.A. não poupou recursos para essa homenagem.

Já em outro exemplo, de 1950, há um anúncio de página inteira com a intenção expressamente comercial (figura 49). Há aqui um layout dinâmico, pois as palavras estão propositalmente dispostas em diagonal, que cria um movimento, talvez semelhante com o baixar e levantar do assento automático da poltrona.

Inclusive, a imagem da poltrona ocupa lugar de destaque, desenhada em perspectiva (comum a maioria dos anúncios de poltronas), com traços que valorizam tanto o conforto (estofamento no assento e encosto) quanto a robustez (base estrutural em madeira e apoio lateral).

FIGURA 48 - HOMENAGEM DA MÓVEIS CIMO S.A. A J.B. ANDRADE



FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 11 dez. 1948, p. 2. HDB.

Há também o selo da empresa, que reforça a identidade da marca CIMO, com os dizeres "Indústria Brasileira", articulando um discurso nacionalista a partir da industrialização. O próprio selo da empresa lembra, em certa medida, a bandeira nacional, evocando o losango posicionado de modo central. Por outro lado, foi utilizado como recurso textual a palavra teste em inglês, "<<test>>" talvez por um alinhamento internacional pretensamente modernizador.

Mais uma vez a efeméride dos 30 anos da primeira encomenda teve um destaque, mesmo que menor dessa vez: "30 anos de aperfeiçoamentos contínuos estão concentrados nas atuais poltronas CIMO" (CIMO, 1950, p, 6).

FIGURA 49 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.

— 6 — CINE-REPORTER 24 de Junho de 1950

CIMO
 mais de 1.000.000 de
 POLTRONAS Instaladas
 nos melhores e
 maiores Cinemas e
 Teátrios em todo
 Brasil, servem de
 «test» definitivo
 também para
 o seu cinema.



30 anos de aperfeiçoamentos contínuos estão concentrados nas atuais poltronas CIMO.

FILIAIS: SÃO PAULO: Rua Maria Tereza, 89	CIA. INDUSTRIAL DE MÓVEIS
CURITIBA : Rua Barão do Rio Branco, 158	MATRIZ: Rua Pedro Ivo, 311
BELO HORIZONTE : Rua Carijós, 101	1.º andar - Fone. 4348
JOINVILE : Rua São Pedro, 160	CURITIBA - Caixa Postal, 13
FÁBRICAS: CURITIBA RIO NEGRINHO - JOINVILE	Telegramas: CIMOS

FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 24 jun. 1950, p. 6. HDB.

O historiador José D'Assunção Barros, no livro *O jornal como fonte histórica*, problematiza um conjunto de relações complexas para o ofício historiográfico no que tange a utilização de jornais. Uma dessas questões é justamente a dimensão econômica e comercial dessa mídia. Para Barros

o jornal apresenta uma dupla inserção que também é importante compreender. Se por um lado os jornais interagem com um mercado mais amplo através dos anunciantes que lhes asseguram parte do seu sustento, por outro lado os próprios periódicos produzidos também costumam ser constituídos como objetos deste mercado. São vendidos a determinado preço; geram propagandas de si mesmos – além de encaminharem, nas suas páginas de classificados, a propaganda dos seus anunciantes. Há, aqui, novamente, um público a ser atingido por este mercado – o dos anunciantes de produtos diversos que pagam para dispor anúncios nos classificados do jornal, ao lado da faixa de mercado mais específica que também trata os próprios exemplares do jornal como produtos a serem vendidos (BARROS, 2023, P. 73).

Evidentemente que, por conta de o *Cine-Repórter* ser uma publicação especializada, havia nuances diferentes de um periódico da imprensa de circulação diária. O número de anunciantes é menor, além de ser manifesta a concorrência de alguns produtos, como é o caso das poltronas, em que a Móveis CIMO S.A. compartilhava as páginas de *Cine-Repórter* com outras duas empresas de poltronas, a BRAFOR e a Cia. Kastrup.

Além disso, a concorrência externa do jornal enquanto veículo pode ser mais intensa. No caso do *Cine-Repórter*, identifiquei que o que poderia ser um concorrente, era, na verdade, um aliado na divulgação do universo cinematográfico, a *Revista O Exibidor*.

2.2 A REVISTA O EXIBIDOR

A *Revista O Exibidor* também tinha sua redação e impressão na cidade de São Paulo. Circulou nas décadas de 1950 e 1960, e era dirigida por Ubirajara Petroni. Não localizei dados sobre a edição de inauguração, tampouco as informações acerca da falência da revista. Alguns números estão disponíveis na Cinemateca Brasileira (que tive acesso em março de 2024), e estão disponibilizados digitalmente no Banco de Conteúdos Culturais (BCC) da Cinemateca. Essa coleção, no entanto, está incompleta, cobrindo os anos de 1957 a 1966, e há ausência de alguns números.

Se as informações sobre a vida de Antenor Teixeira são escassas, os dados biográficos de Ubirajara Petroni são praticamente inexistentes em buscas a arquivos e coleções. Sabe-se que era um jornalista, apreciador de cinema (que chegou a produzir alguns filmes) e era envolvido com apostas no Jockey Club, sendo inclusive

proprietário de um cavalo. No mais, apreende-se da vida de Ubirajara Petroni a partir de *O Exibidor*.

O Exibidor tinha as mesmas dimensões de *Cine-Repórter*, 32 cm x 24 cm. Apresentava a impressão em duas cores, sobretudo na capa e era grampeada. Sua periodicidade era mensal e não havia uma regularidade no número de páginas, ora com 16, ora com 44 (pois também elaborava números especiais). Infelizmente também não há informação sobre a tiragem, mas infere-se que era uma circulação a partir de assinaturas.

No número 30 da revista, de fevereiro de 1957, é possível identificar que havia uma seção técnica, assinada por um engenheiro com a alcunha H. Santiago, da Philips do Brasil, que produzia textos sobre projeção. Havia também, entre os redatores, Antônio Sá Pinto e Antônio Bastos. Antônio Sá Pinto era irmão de Paulo Sá Pinto, ambos empresários da exibição cinematográfica. Antônio Bastos já foi supracitado, e era o chefe do departamento de publicidade da filial de São Paulo da Móveis CIMO S.A., que por sinal tinha a especialidade no fornecimento de poltronas.

Na própria edição de fevereiro de 1957 há uma seção da revista chamada “Noticiário CIMO”, redigida por Antônio Bastos (figura 50). A seção ocupava 2/3 de página e publicizava um balanço do ano de 1956 em relação a instalação de poltronas: “[...] só a filial Cimo de São Paulo instalou 48.311 poltronas em cinemas e auditórios neste Estado” (BASTOS, 1957, p. 23). Também há notas sobre inaugurações de salas mobiliadas pela Móveis CIMO S.A. ou reformas realizadas pela fábrica, sobretudo fora da capital paulistana.

No número de julho de 1957 houve mais um “Noticiário CIMO”. Dessa vez um pouco menor que 2/3 de página, mas com uma configuração visual mais elaborada. O título foi escrito com noticiário em minúsculo e o nome da empresa com a mesma fonte da marca. Havia uma poltrona para ilustrar e o nome de Antônio Bastos figurava a partir da reprodução de sua assinatura, caracterizando ainda mais autoridade (figura 51).

Nos anos subsequentes Antônio Bastos ainda é citado como um dos redatores da revista, no entanto, não são mais publicados os “Noticiário CIMO”. Há uma recorrência de anúncios publicitários da Móveis CIMO S.A. publicados, geralmente, em uma página inteira e duas cores (que serão analisados no capítulo 3).

FIGURA 50 - NOTICIÁRIO CIMO

NOTICIÁRIO CIMO

CINEMAS EM 1956

Num retrospecto do ano passado constatamos muitos estabelecimentos interessantes e que bem denotam a prosperidade do ramo cinematográfico entre nós. E' de notar-se que só a filial Cimo de São Paulo instalou em 1956 um total de 48.311 poltronas em cinemas e auditórios neste Estado. Não se incluem nessa contagem as instalações a cargo da Matriz e demais filiais da mesma firma.

Pioneiro como nos anos anteriores. São Paulo apresentou em sua Capital 4 novas e importantes cinemas (cines Trianon, Jardim Amazonas e Pérola), bem como várias reformas em antigos, como por exemplo no Cine Penha-Príncipe, da Penha, que teve sua plateia inteiramente modernizada, renobilitada com poltronas estofadas. No interior foi grande o número de cidades onde se instalaram novas salas de espetáculos, muitas delas igualando-se em luxo e conforto às melhores da Capital.

SANTOS

Federá brevemente o público santista contar com um moderno e completo teatro de 600 lugares que facilitará o intercâmbio com as companhias permanentes de S. Paulo e Rio, proporcionando a apresentação na vizinha cidade-praiana dos melhores espetáculos montados nessas Capitais. A iniciativa partiu dos srs. Júlio Manoel e Luiz Dias Marcelino, empreendedores proprietários do Edifício Independência situado na praça do mesmo nome e onde funcionará o novo teatro.

Como amostra do capricho com que está sendo montado, podemos mencionar as poltronas escolhidas para a confortável plateia que será mobilada com poltronas de imbuéa, inteiramente estofadas.

MANAUS

Um cinema paroquial com capacidade para 1.300 espectadores, está sendo construído na Capital amazonense, devendo ser mobilado com poltronas Maringá. São proprietários os dirigentes do Colégio D. Bosco, conceituado estabelecimento de ensino local.

ITAPETINGA

Cidade do interior da Baía e que vem se projetando pelo progresso que ali se verifica em todas as ramos de atividades. Itape-

tinga, graças à iniciativa visionária do sr. Antonio José Filho, contará, dentro em breve, com um moderno cinema de 1.000 lugares também a ser mobilado com poltronas Maringá.

ANAPOLIS

A Empresa Cinematográfica de Anápolis, conhecida exhibidora de Goiás, última a construção de um novo cinema ali localizado e cuja plateia com capacidade para 1.000 espectadores contará com o conforto das poltronas Atlântica, inteiramente confeccionadas em imbuéa.

INAUGURAÇÃO

O conhecido e conceituado exhibidor carioca, sr. Dr. Eduardo J. Farah (foto abaixo), inaugurou mais um cinema no Rio de Janeiro, agora no bairro do Meyer. A exemplo das demais também de sua propriedade, tem a nova casa



a denominação de Cine Ekke e é mobilada com poltronas Cimo estofadas, modelo Radar, comportando 1.200 espectadores.

SANTA ROSA DE VITERBO

Nessa próspera cidade paulista o sr. Paulino Miotto tem em vias de acabamento um moderno cinema e que será o principal exhibidor local, contando para tanto com ótimas instalações, poltronas Holandesa simples na plateia e estofadas num confortável pulman.

EM MONTAGEM

Em São Paulo foram iniciados os serviços de montagem das poltronas estofadas do Cine Astral de Vila Pompéia, cuja localização excepcional o destina a casa lançadora das melhores da Capital.

NOTÍCIAS DA CINEMATOGRAFICA BRASIL FILME LTDA.

Em São Caetano do Sul estão também sendo montadas as poltronas do novo cinema de propriedade dos srs. Ferrari, Garcia & Cia. Ltda, conhecida firma exhibidora que aumentará o seu circuito com essa nova casa de 1.300 lugares.

«O ESTRANHO ENCONTRO»

O sr. Berlinek anunciou o início do filme «O Estranho Encontro»

para o dia 1 de Fevereiro. Só cinco alores participaram deste filme. São eles, Mário Sérgio, Andréa Bayard, Lola Brah, Sérgio Hingst, e a participação do consagrado ator Luigi Picchi.

«O GAUCHO»

Também, deverá ser iniciado no dia 1 de Fevereiro «O Gaucho», cuja exteriorização serão rodados no Rio Grande do Sul. Alberto Ruchel o consagrado ator internacional será o principal interprete ao lado de Victor Mevlnow e Carmem Joia Morales, Fernando Baleroni e Douglas Norris.

Projektor AP3

com as mesmas características do **ENERMANN VII-B**

COMPACTO PERFEITO MODERNO

Qualidade comprovada em todo o mundo

As mais avançadas características para projeção de grande rendimento luminoso. Refrigerado a água e ar. Lanterna automática para 100 ampères.

PRONTA ENTREGA
Consulte a nossos preços

Distribuidores Exclusivos:
MANSBERGER & CIOCLER LTDA.
Rua do Triunfo, 184 - BARRA - 24-7200 - 24 003
Edif. S. das Guimbas, 123-131 - End. Telegr. "TUPAN" - São Paulo

FONTE: O Exibidor. Fev. 1957, p. 23. Cinemateca Brasileira.

FIGURA 51 - NOTICIÁRIO CIMO



O Sr. Emilio Peduti Filho, eleito em Assembléia Geral Extraordinária, Diretor da "Distribuidora de Filmes Cruzeiro" S/A

No qualidade de acionista, foi eleito em Assembléia Geral Extraordinária, realizada no dia 7 deste mês, para o elevado cargo de Diretor da "Distribuidora de Filmes Cruzeiro S/A", o dinâmico cinematografista Sr. EMILIO PEDUTI FILHO.

Bastante acertada esteve a Assembléia de acionistas daquela Sociedade, indicando o nome do Sr. Peduti Filho para compôr o quadro de seus Diretores, pois, o seu dinamismo, a relíquia e o cavalheirismo no trato dos negócios, a par dos seus profundos conhecimentos do mercado exibidor, concorrerão para o engrandecimento maior do prestigio que goza a «Distribuidora de Filmes Cruzeiro S/A.»

O EXIBIDOR felicita e cumprimenta o Sr. Peduti Filho, por mais essa vitória na sua brilhante carreira de grande homem de negócios.



JABOTICABAL
O conhecido exibidor sr. João S. Ferrari procede à remodelação do Cine Jôia, o qual será dotado, a par de outros melhoramentos, de poltronas totalmente estofadas modelo Rio Negrinho, em número de 400.

APUCARANA
Titulando a Empresa C. nemato, gráfica de Apucarana Ltda., o exibidor paulista sr. João Passos, tem em construção em Apucarana um monumental cinema a denominar-se Cine Fenix. Com capacidade para 1.650 espectadores, terá a nova Casa luxuoso mobiliário constante de poltronas Roxy, com assentos estofados.

NHANDEARA
O cinema de Nhandedara, de propriedade da firma Afonso Alves Silveira & Cia., passa por completa reforma devendo ali serem introduzidos vários melhoramentos, inclusive a ampliação da antiga plateia com a colocação de poltronas Atlântica, em imbuia.

MONTE APRAZIVEL
Essa próspera cidade paulista terá brevemente o seu principal cinema remodelado. Trata-se do Cine São João, o qual o proprietário sr. Edgard Mários Soares dotará de todos os aperfeiçoamentos, inclusive aumentando a lotação em nível condizente com as exigências do público frequentador, passando para 750 lugares e poltronas em imbuia modelo Atlântica.

CURVELO
Cidade mineira que dia a dia se projeta entre as mais progressistas do Estado, contará brevemente com um grande cinema graças à iniciativa do Dr. Benjamin Jacob de Souza. Deverá a nova casa de diversões ser instalada com poltronas Atlântica, em número de 1.100 lugares e funcionará sob a denominação de Cine Marabá.

AVARÉ
A Empresa Teatral Peduti, sempre aumentando o seu já grande circuito e ao mesmo tempo valorizando ainda mais os seus antigos cinemas, procede atualmente à reforma e instalação de poltronas estofadas nos balcões de vários de seus cinemas transformando-os em luxuosos pulmans. É o caso do Cine Santa Cruz, de Avaré, que contará com um pulman dotado de 216 poltronas e estofadas em couro, modelo Rio Negrinho.

ASSIS
Da mesma forma procederá a firma proprietária, Empresa Teatral Peduti, com o seu cine São José, tradicional casa exibidora de Assis, que passará a contar com um pulman dotado de poltronas estofadas em couro.

OURINHOS
Também nessa cidade e ainda da Empresa Teatral Peduti, será instalada no Cine Ourinhos um pulman com poltronas estofadas em couro, numa lotação de 250 lugares.

SÃO PAULO
OUTRO GRANDE CINEMA. em acabamento também em plena Cinelândia, esquina da Avenida São João com D. José de Barros (vide foto), será brevemente grande experiência no ramo e a quem o público já deve vitoriosas iniciativas como Cine Marabá, em São Paulo, e Cine Caiçara, em Santos, o Sr. Domingos Fernandes escolheu poltronas estofadas Cimo para mais esse importante cinema.



CINE BOULEVARD será a denominação com que a Companhia Cinematográfica Serrador reabrirá o seu cinema no local onde funcionou, por muitos anos, o antigo Cine Paratodos. Com novas entradas para a Rua Antonio de Godoi formará entre os melhores lançadores da nossa Cinelândia, dado ao local privilegiado em que se encontra e também às modernas e luxuosas instalações de que será dotado, incluindo poltronas totalmente estofadas.

NO LARGO SÃO JOSE DO BELÉM se ultimam os preparativos para a inauguração do antigo e conhecido Cine São José que, no momento, passa por completa reforma por iniciativa da Empresa Cinematográfica Oyakama Ltda. Escolhendo poltronas Olímpia, totalmente confeccionadas em imbuia, garantirão os proprietários o conforto e satisfação do público que certamente continuará prestigiando o tradicional cinema do bairro.

ANIVERSÁRIO



Festejará no próximo dia 30 mais um aniversário natalício, o conhecido cinematografista Sr. Francisco Bonett.

Técnico competente, vem já ha alguns anos desempenhando as funções de Chefe do Departamento Técnico, da prestigiosa «Cia. de Cinemas Vale do Paraíba», sediada em Taubaté.

Sendo enorme o seu círculo de amizades, por certo receberá naquela data, demonstrações de simpatia e apreço por parte de seus amigos, entre os quais se inscreve O EXIBIDOR.

— 34 —

O EXIBIDOR

FONTE: O Exibidor. Jul. 1957, p. 34. Cinemateca Brasileira.

Em 1960 a revista celebrou em suas páginas o “Ano Brasília – Capital da Esperança”, para se alinhar ao evento nacional da inauguração da nova capital federal, em abril de 1960. Foi a partir desse ano que Pedro Paulo Kastrup, da Cia. P. Kastrup passou a também fazer parte da seção técnica da revista, escrevendo sobre poltronas.

Aliás, o número 80 da revista, de junho de 1960, foi integralmente dedicado à firma de Kastrup (ou vendido como espaço publicitário). A homenagem foi elucidada desde a capa (figura 52), para comemorar os 33 anos de existência (dos quais a maioria foi como parceira da Móveis CIMO S.A.) da Cia. Kastrup. Nesse

número não houve anúncios de outras empresas, seja de poltronas ou outros artigos.

FIGURA 52 - CAPA DA REVISTA O EXIBIDOR



FONTE: O Exibidor. Jun. 1960, p. 1. Cinemateca Brasileira.

O editorial, chamado de “exórdio”, revelava essa tensão entre laços afetivos e negócios econômicos entre o periódico a Cia. Kastrup: “Não somos dos que seguem o ditado, ‘amigos, amigos, negócios à parte’. Para nós, amigos e negócios, quando nos surgem de braços dados, são amarrados na mesma trouxa (EXÓRDIO, 1960, p. 3).

A capa da revista, se não fosse por seu título, poderia ser um anúncio, por conta da relação entre e o fundo colorido, a figura de uma mulher em escala de cinza, a ilustração de uma poltrona e o acompanhamento com textos curtos, “uma só classe em toda a linha”.

A figura da mulher em pose *pin-up*¹¹¹ é um recurso muito comum na publicidade durante a década de 1960. A forma de uso da poltrona é diferente do habitual, conferindo a toda a composição a sensualidade comum as *pin-ups*, mas também uma suavização da rigidez do móvel, de modo ornamental, como aponta Vânia Carneiro de Carvalho, analisando anúncios do início do século XX (CARVALHO, 2008, p. 99).

Ou seja, há uma continuidade nesse processo, uma vez que a mulher representada não utilizou a poltrona, ou não a utilizou do jeito esperado, mas ao contrário, a imagem feminina auxiliou em uma melhor composição para o objeto.

No mesmo número de *O Exibidor* havia uma matéria com a manchete “Poltrona de cinema – Evolução e Mercado”. Não há assinatura, mas foi escrita por alguém da Cia. Kastrup.

Desde os saudosos tempos do mil-réis, a poltrona de cinema representa parcela das mais expressivas na montagem de uma casa exibidora. Seja por motivar, sempre, uma transação comercial de valor nunca desprezível à época em que é feita; seja por demandar cuidados especiais de fabricação, distribuição e colocação; seja, enfim, por constituir, no seu conjunto de unidades, um respeitável patrimônio para o seu comprador ou mesmo para o possível arrendatário do cinema. Sob o ponto de vista puramente técnico, no que respeita à colocação das poltronas dentro do salão de projeções, nada mudou. O material é hoje instalado de acordo com os mesmos processos utilizados há vinte anos atrás. Por outro lado, as alterações foram sensíveis nos demais aspectos que envolvem a fabricação e a venda do produto (POLTRONA, 1960, p. 5)

Trata-se de um material interessante, pois é um dos únicos textos em que uma fábrica aborda de modo mais direto a própria produção de poltrona para cinema, assim como a produção nacional. Evidente que é um texto parcial e pouco

¹¹¹ A pesquisadora Tânia Maria de Oliveira Gomes aponta que foi entre as décadas de 1930 e 1950 que o *pin-up* atingiu seu auge, sobretudo a partir de uma divulgação estadunidense em capas de revistas semanais. A tradução do termo *pin-up* é pendurar algo, ou seja, imagens de mulheres, geralmente de corpo inteiro e com as formas reveladas, eram destacadas de revistas e penduradas para contemplação (GOMES, 2017, p. 183-186).

analítico, mas não deixa de fornecer detalhes sobre o objeto sob o olhar de um agente da própria indústria. O texto continua, com uma referência aberta a Móveis CIMO S.A.

É notório que a evolução do conceito de conforto, de compasso aferido ao arrojo e à capacidade de adaptação do homem, foi paulatinamente abrindo **novos horizontes no campo da fabricação de poltronas, dando a estas melhores estruturas sob o prisma industrial e fisionomia sempre renovada.** Da primeira <<cadeira de pau>>, de linhas e confecções grosseiras, passou-se às **primeiras poltronas anatômicas, ainda com assento e encosto de madeira, mas já com uma apresentação bem mais agradável.** **Aí teve lugar a transformação, vamos dizer mais radical, pois com ela nasceu de fato, caracterizada, a poltrona brasileira de cinema.** De então para cá, fora um ou outro melhoramento de caráter industrial, muito pouca coisa mudou. E a prova está no fato de que muitos dos modelos que foram <<bossa nova>> nos idos de 1940, continuam figurando nos catálogos dos fabricantes tradicionais do artigo. Um sinal evidente de que houve felicidade nas primeiras experiências e sua posterior complementação.

É de frizar-se, à propósito, que a poltrona com assento e encosto de madeira, símbolo em desuso do cinematografista que lidera grandes empreendimentos, que somente cuida do cinema-show, será ainda por muitos anos uma boa escora da indústria e do comércio especializados nacionais, e a ferramenta de trabalho indispensável do exibidor interiorano (POLTRONA, 1960, p. 5).

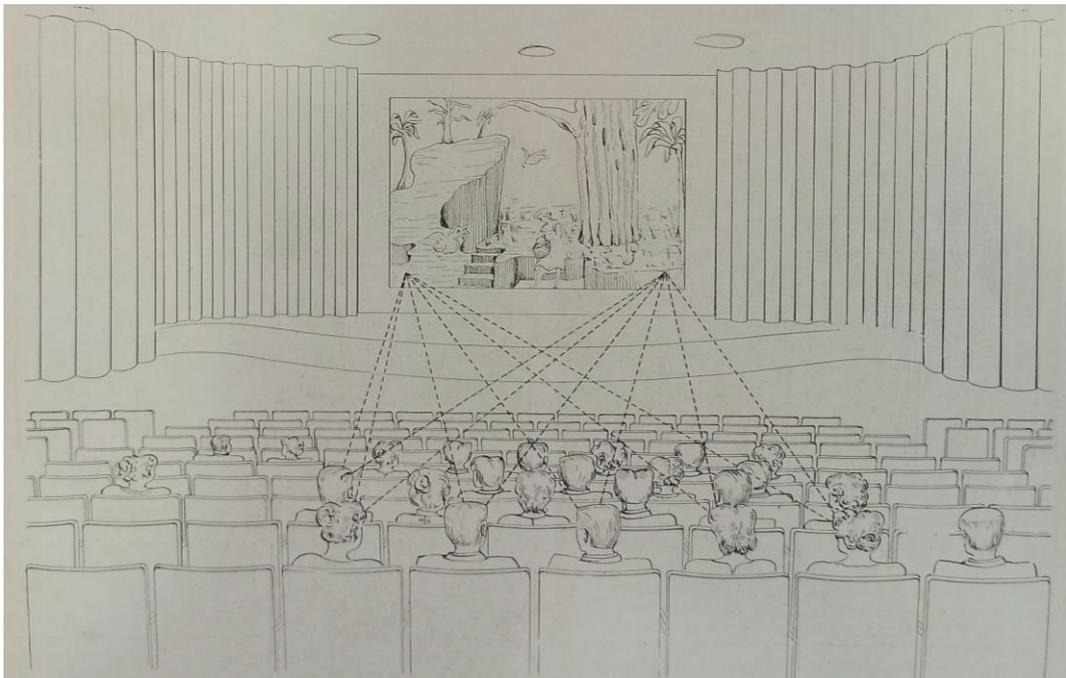
Esse trecho reconhece uma certa linha evolutiva das poltronas para salas de cinema, em que a passagem das cadeiras feitas com madeira maciça para as cadeiras anatômicas representa um avanço, que, teve como consequência, uma “poltrona brasileira de cinema”.

O texto é sobre a poltrona, mas uma poltrona específica, a Kastrup, em uma edição de revista dedicada à mesma fábrica. É compreensível, ainda que estranho, que a Móveis CIMO S.A. não tenha sido citada na análise desse mercado. Ou melhor, é citada de forma velada, de modo depreciativo, pois seu produto já não alcança um estágio tecnológico satisfatório, segundo o texto.

Na mesma edição da revista a Cia. Kastrup ainda publicou um texto com um perfil marcadamente técnico sobre a visibilidade nos cinemas e a correta instalação das poltronas (figuras 53, 54 e 55), como uma espécie de recado aos exibidores para uma contratação assertiva de serviços, sobretudo de fornecimento de poltronas.

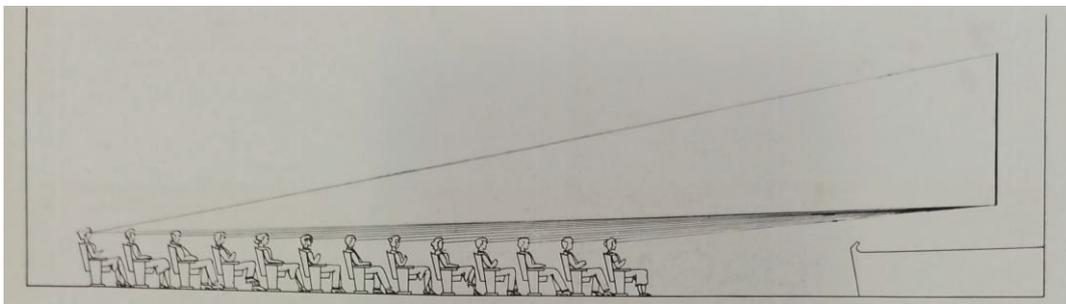
Havia também uma seção dedicada ao Cinerama, uma tecnologia empregada na projeção, instalada no Cine Comodoro, na capital paulista (figura 56). As poltronas desta sala eram fabricadas pela Cia. Kastrup. O recurso publicitário aqui era relacionar uma inovação tecnológica do cinema com a sala e com a poltrona utilizada para a atividade. Tal recurso também foi comum a Móveis CIMO S.A., nas salas com Cinemascope e 3D, como será abordado no capítulo 3.

FIGURA 53 - MATÉRIA SOBRE VISIBILIDADE



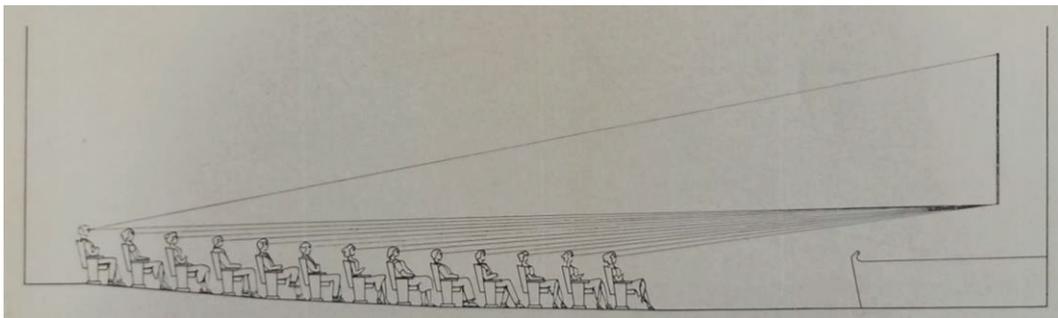
FONTE: O Exibidor. Jun. 1960, p. 7. Cinemateca Brasileira.

FIGURA 54 - MATÉRIA SOBRE VISIBILIDADE



FONTE: O Exibidor. Jun. 1960, p. 9. Cinemateca Brasileira.

FIGURA 55 - MATÉRIA SOBRE VISIBILIDADE



FONTE: O Exibidor. Jun. 1960, p. 9. Cinemateca Brasileira.

FIGURA 56 - MATÉRIA SOBRE O CINERAMA

Algumas palavras sobre o **CINERAMA**

O que é o Cinerama?

Para falarmos do Cinerama, precisamos de voltar os olhos ao passado, aos saltos, primeiro pousando-os no CinemaScope (1953), oriundo da descoberta da objetiva hiperangular (1), do prof. Henry Chrétien, que multiplicava por três o tamanho da tela natural de até então, mas que não dava senão amplitude à cena, sem oferecer a profundidade indispensável a uma nova dimensão; olhando ainda mais para trás, em 1927, divisaremos o inventor André Debrie oferecendo uma oportunidade a Abel Gance para a projeção do seu "Napoleon" em tela triplíce, dividindo-se a cena em três pedaços, projetados por três aparelhos diferentes, em posições paralelas; aqui se prenunciava o Cinerama, mas não era o seu verdadeiro primórdio, pois este procedia do início do nosso século, quando, na exposição universal, em 1900, Grimois Sanson (2) apresentou seu invento panorâmico, dotado de oito projetores, postos em círculo.

De qualquer maneira, ao lado da importância da dimensão visual, para que se efetivasse uma nova forma de projeção cinematográfica, tornou-se imperioso resolver o problema do som, dando-lhe a amplitude suficiente para acompanhar o poder sugestivo da imagem engrandecida. É o que se chama som de vários pontos estratégicos, sendo que para o CinemaScope torna-se necessário o emprego de pelo menos três alti-falantes, e para o cinerama, seis. É através do som que a impressão de dimensões diversas chega até o espectador, dominado já de início por uma disposição profunda das imagens em movimento. O som chega até o espectador de vários pontos e, assim, ele não se encontra mais frente ao filme, mas, de certa maneira, no centro sonoro da história que se desenrola a sua frente: dominado pela amplitude do campo visual, envolvido pelo som, pelo ruído, pela música, que se entrecruzam no recinto, preso assim num movimento paralelo áudio-visual, o espectador vive o drama, participa de sua ação, sem que o perceba.

É isso o cinema dimensional, de hoje, e mais bem representado pelo Cinerama, graças às suas disposições mecânicas de maior grandezca. Tanto o Cine-

propósito, o cineasta Doniul Valcroze, quando escreveu à respeito do Cinemascope, que podemos transcrever e referir para outros processos: "já seria tempo de o diretor de cinema poder escolher à sua vontade as proporções de suas imagens (seja na largura ou na profundidade), como o pintor decide do formato de sua tela e o romancista do número de páginas de seu livro".

Não obstante, para os tempos atuais, mesmo ficando no espetaculoso — processo inicial de toda e qualquer descoberta —

gado pelos srs. Paulo Sá Pinto e Wenceslau Verde, para que o Cinerama não levasse ainda mais tempo a chegar até nós.

Mas, afinal, o que é o Cinerama

Antes de entrarmos especificamente na tentativa de explicação do que possa ser o Cinerama, julgamos indispensável, por analogia, referir algo sobre o cinema em relevo, que é, a nosso ver, toda a base das novas conquistas técnicas da sétima arte. O relevo participou das preocupações dos cineastas desde os primórdios do cinema, pois chegou a ser estudado por

Vista do salão do Cine Comodoro. Note-se as três cabines de projeção, uma central e duas laterais. Dali, operando simultaneamente, três projetores movimentam os três filmes utilizados pelo processo Cinerama.

rama, quanto o Cinemascope, e bem assim outros processos de desenvolvimento da cinematografia, são recursos de progresso; não nos preocupa aqui questionar a superioridade deste ou daquele sistema; as condições do futuro e que ditário o mais acertado; pelo que nos importa, temos é que destacar o esforço da pesquisa, no sentido de se descobrirem mais e melhores recursos para o aperfeiçoamento tanto da técnica quanto da arte da cinematografia universal. Vale citar, a

os inventos mais recentes da técnica cinematográfica tem chegado tardiamente na diversidade dos países; explica-se o fenómeno pelo custoso de suas adaptações, exigindo do mercado uma capacidade de consumo que justifique tamanhos investimentos. É o caso, atual, do Cinerama. Muita tinta gastaríamos nas justificativas do seu retardamento em aparecer entre nós; tornou-se imperioso um ato de arrojo de um grupo de homens da indústria cinematográfica nacional, encabe-

Lumière e por outros inventores; ao que nos parece, sua primeira experiência bem sucedida ocorreu por volta de 1936, em Paris. O relevo, que é a sensação da profundidade projetada, dando plástica e conteúdo aos objetos e coisas, proporcionando, assim, uma visão estereoscópica de tudo, apresenta pelo menos dois processos técnicos para sua efetivação, ambos exigindo o emprego de lunetas (ou óculos especiais). É preciso, no entanto, frisar

(Cont. na pág. 16)

O EXIBIDOR

— 12 —

FONTE: O Exibidor. Jun. 1960, p. 12. Cinemateca Brasileira.

2.3 A REVISTA MÓVEIS CIMO

A guarda e a preservação do material acumulado pela indústria brasileira é bastante ineficiente. Caso a empresa não possua um setor próprio para tal tarefa, como um centro de memória, em momentos de crise ou após a falência o material produzido e acumulado durante sua atividade tem como destino, quase certo, a destruição, a divisão entre ex-funcionários, o roubo. Como mencionado na introdução, o caso da Móveis CIMO S.A. não foi diferente. Um dos materiais perdidos foi a *Revista Móveis CIMO*.

Infere-se que a revista circulou entre 1951 e 1958. A baliza temporal é o que se publicou sobre a publicação em outros periódicos, pois ela era enviada para a imprensa, e pelos números encontrados no Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. A primeira menção é na *A Divulgação*, em 1951. Não tive acesso a esse número da *Revista Móveis CIMO*, mas sabe-se que tinha uma periodicidade mensal e fazia uma campanha de assinatura voluntária (REVISTA, 1951, p. 35). Ou seja, não havia, pelo menos inicialmente, um orçamento dedicado a esse material.

Os números 8, 9 e 10, que correspondem a dezembro de 1951 e janeiro e fevereiro de 1952 foram publicados juntos, pois, segundo o editorial, houve “motivos de ordem essencialmente técnica e certa falta de responsabilidade por parte da impressora até então encarregada” (PALAVRAS, 1952, p. 2).¹¹²

Esse exemplar está disponível no Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. Nesse período a revista tinha como diretores honorários Martin Zipperer, Raymundo Egg, Carlos Zipperer e José Bianco, e havia uma direção própria, sendo Euclides de Mesquita o presidente. A redação era feita por Felipe Glock, o que indica que ele esteve, ao menos, desde o início da década de 1950 envolvido com a publicidade da Móveis CIMO S.A.

O perfil da revista (e que se perpetuou nos números subsequentes que tive acesso) era bem diverso, um espectro bem amplo de temas: além do editorial, notícias sobre legislação trabalhista e legislação ambiental; contexto do mercado de móveis no Brasil; a diversidade da madeira no Brasil; temas trabalhistas

¹¹² Esse exemplar foi então impresso pela Tipografia João Haupt & Cia. Ltda., um estabelecimento ainda em funcionamento na cidade de Curitiba. Entrei em contato com a empresa em 31 de outubro de 2023, e recebi a resposta dia 1º de novembro: “Infelizmente não temos nada da parte gráfica” (GOMES, 2023).

(aposentadoria, por exemplo); temas religiosos, relacionados a festas cristãs, como o Natal; notícias das fábricas e questões sociais, como aniversários, casamentos e nascimentos; entretenimento, com contos, poemas, charadas e piadas; uma página feminina; e alguns anúncios, da própria Móveis CIMO S.A. ou parceiros.

Além desse número publicado em 1952, também há no Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho o número que circulou entre abril e setembro de 1956 (observa-se que a periodicidade se tornou irregular); outubro, novembro e dezembro de 1956; e dezembro de 1958. Evidente que há muitas lacunas, mas é perceptível nesse conjunto que não houve dedicação ao tema do cinema. Ao contrário, há apenas uma notícia, de 1956, sobre o Cine Ópera (figura 57).

FIGURA 57 - NOTÍCIA SOBRE O CINE ÓPERA



FONTE: Revista Móveis CIMO. Out. Dez. 1956, p. 34. Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho.

Esse é o mesmo Cine Ópera inaugurado em 1941, conforme anúncio analisado acima (ver figura 33). 16 anos depois foi noticiada uma reforma e a troca completa das poltronas, em que foram substituídas as de “madeira da platéia por outras, com assento e encôsto estofados em plástico, num total de 900 peças do tipo Ópera, fabricadas pela Fábrica de Móveis Cimo S.A. de Rio Negrinho” (POLTRONAS, 1956, p. 34).

Essa era uma inovação significativa, pois a madeira, tão valorizada durante um longo percurso da fábrica, estava, nesse momento, sendo revestida por uma matéria-prima que significava outro processo de produção industrial, menos relacionada com um atributo artesanal.

Enquanto a temática do cinema foi escassa nesses números da *Revista Móveis CIMO*, por outro lado, o tema da educação foi abundante, com matérias sobre a mobília das salas de aulas, auditórios e escritórios da escola de idiomas Yázigi; a realização dos móveis de exposição do setor de numismática do Museu do Ipiranga; e um número dedicado ao mobiliário do Teatro da Reitoria da Universidade Federal do Paraná.

Publicado em dezembro de 1958 (portanto, o último número conhecido da *Revista Móveis CIMO*), a capa é ocupada por uma fotografia do conjunto de prédios do *campus* da Reitoria da Universidade Federal do Paraná, e havia uma linha narrativa sobre a cidade de Curitiba, como um município reconhecidamente progressista, a inauguração de uma loja na cidade no bairro do Portão, e a conclusão com o projeto da Universidade Federal do Paraná, a partir da manchete “Marco na Evolução Intelectual no Paraná” (MARCO, 1958, p. 26).

Curitiba, a metrópole mais progressista do Brasil, que se honra com o epíteto de ‘Cidade Universitária’, vem de ser dotada com uma das mais modernas Escolas Superiores do país, pela recente inauguração da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da Universidade do Paraná.

Como se poderá observar pelos clichês (capa) que ilustram esta reportagem, trata-se de obra gigantesca, destinada a ser um núcleo propagador da cultura, irradiando para todo o Brasil as luzes da ciência e progresso.

[...] Digno de menção, é ainda o Auditório da Reitoria, com lotação aproximadamente, para 750 pessoas, sem dúvida, um suntuoso recinto, construído com o objetivo de proporcionar o máximo de conforto e bem estar aos espectadores.

Móveis Cimo sente-se orgulhosa de ter colaborado para a concretização desse colossal empreendimento, mobiliando as dependências da Faculdade, e principalmente o majestoso Auditório da Reitoria, que exigiu o concurso das afamadas poltronas CIMO (MARCO, 1958, p. 26, grifo nosso).

A narrativa publicitária da empresa se colocou como uma colaboradora desse serviço público de educação superior, ou seja, transfere para si também o desenvolvimento intelectual.

A conclusão desse número, na última página, é um anúncio (figura 58) composto por uma ilustração do prédio da Universidade Federal do Paraná e uma ilustração da poltrona instalada no Teatro da Reitoria, com a ênfase na fotografia com as poltronas instaladas.

FIGURA 58 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.

AFIRMAÇÃO DE PROGRESSO E CULTURA...



Eis o magnífico bloco da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras do Paraná, monumento de gênio e grandeza, traduzido num poema arquitetônico, que se constitui em motivo de justo orgulho de todos os brasileiros.

O Auditório da Reitoria, com capacidade aproximada para 750 pessoas, caracteriza-se por um ambiente de requintado bom gosto e suntuosidade, e para seu maior conforto exigiu as moderníssimas e confortáveis poltronas CIMO.

MÓVEIS CIMO
RESIDENCIAIS — PARA ESCRITÓRIOS — ESCOLARES — PARA CINEMAS

Cimopubli 143

3 ENTRE SALAS E ESPAÇOS: MÓVEIS COMO DISPOSITIVO

Em agosto de 1986 a *Revista Filme-Cultura*, editada pela Empresa Brasileira de Filmes (EMBRASILFILME),¹¹³ organizou um número especial sobre as salas de cinema e os espaços de exibição. Em um dos artigos sobre música nas casas de espetáculos, o autor Aloysio de Alencar Pinto menciona que Rui Barbosa (1849-1923) era um frequente espectador de apresentações de recitais, que ocorriam em salas de espera dos cinemas. A frase foi seguida por uma longa nota de rodapé sobre a admiração e o interesse que o jurista tinha pelo hábito de ir ao cinema. Um dos textos citados na nota de um biógrafo de Rui Barbosa, e que transcrevo aqui, disserta sobre esse ponto.

À tarde [Rui Barbosa] costuma entregar-se ao seu divertimento preferido: o cinema. Julga-o instrutivo. Constrange-o, porém, teimarem em não lhe cobrarem as entradas. Num deles há mesmo uma cadeira que está sempre reservada gratuitamente, e isso enche de orgulho o proprietário (FILHO, 1981, p. 436).

Na mesma nota de rodapé Aloysio de Alencar Pinto explicou essa passagem, revelando em qual cinema estava a cadeira reservada a Rui Barbosa e qual foi o seu destino.

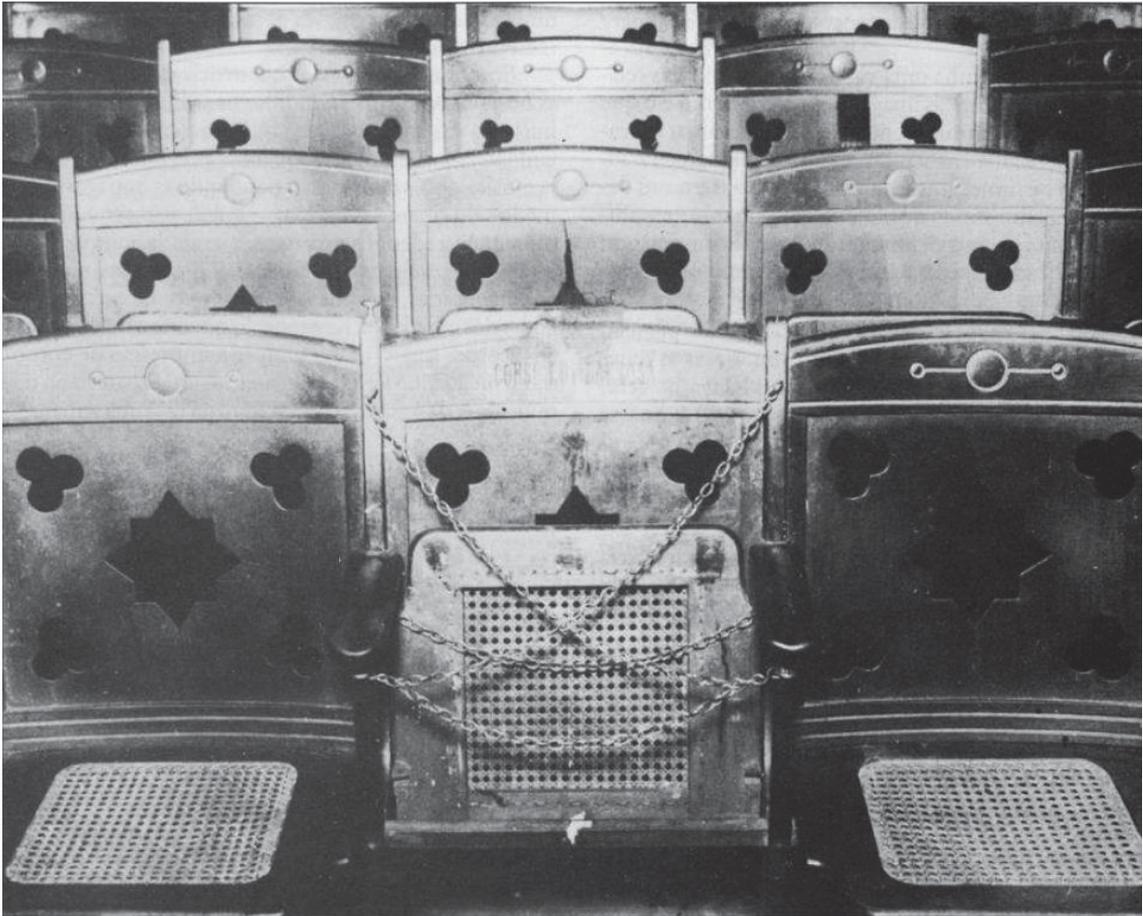
Esta cadeira 'cativa' estava realmente no Cine Ideal, interdita por meio de uma corrente e uma placa com o seu nome. O antigo gerente da casa, sr. Luiz de Araújo Nogueira, hoje falecido, tratou de preservar a interdição da cadeira ao longo dos anos que sucederam à morte do grande jurista, ciente do seu valor como relíquia (PINTO, 1986, p. 44).

Além da nota, o autor também inseriu a fotografia da poltrona (figura 59): nela há a presença dos braços e diversos ornamentos; o assento era basculante e

¹¹³ A Embrasilfilme foi criada em 1969, pela junta militar de transição. Tinha um capital misto (porém, majoritariamente público), e entre suas atribuições estava a distribuição de filmes brasileiros no exterior, no entanto, passou para expansão mais agressiva do mercado nacional (GARCIA, 2007, p. 186).

produzido com palhinha; a provável poltrona de Rui Barbosa já estava acorrentada no momento da foto, e com uma placa escrito “Cons^o [Conselheiro] Ruy Barbosa”. Essa curiosidade foi importante para o autor do artigo, mesmo não fazendo parte de sua temática principal (a música).

FIGURA 59 - POLTRONA DESTINADA A RUI BARBOSA



FONTE: Revista Filme-Cultura. Ago. 1986, p. 45. Embrafilme.

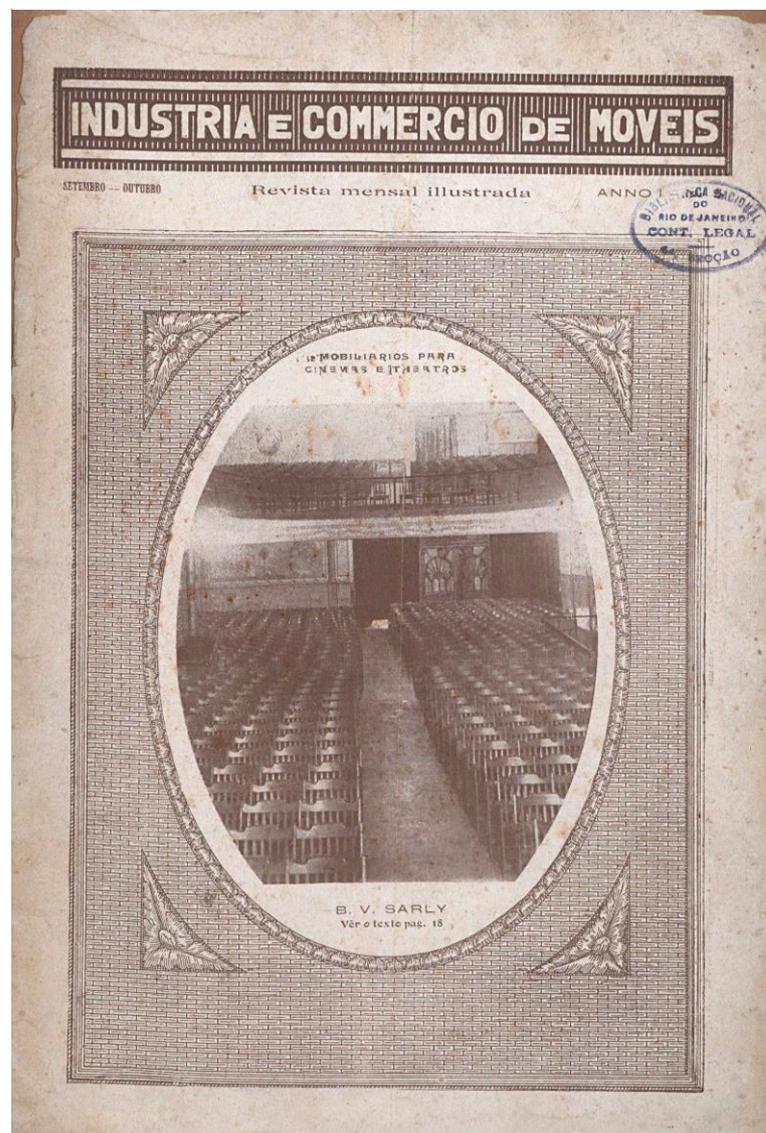
E julgo importante para o tema das poltronas para cinema. Não porque a considero uma “reliquia”,¹¹⁴ mas sim um elemento de análise sobre a questão simbólica dessa peça de mobiliário. A poltrona não era apenas um elemento de segurança, conforto, de “gestão do olhar”, mas era também um móvel que articulou

¹¹⁴ Jean-Claude Bernardet, inclusive, faz uma crítica bem-humorada sobre o uso da figura de Rui Barbosa para a valorização do cinema. Ele diz que o jurista é o “cavalo de batalha dos historiadores que querem provar o interesse da elite carioca pelo cinema durante a *belle époque* (BERNARDET, 2008, p. 62).

diversos discursos, em textos e imagens. Afinal, foi a partir do móvel que a presença de Rui Barbosa foi perenizada na sala. Além disso, a poltrona foi planejada, produzida e comercializada por uma empresa, que explorou esse mercado exibidor.

No caso do Cinema Ideal, localizado na Rua da Carioca, no Rio de Janeiro, as poltronas foram instaladas pela firma B.V. Sarly, de propriedade de Francisco Sarly. Em 1922 a *Revista Industria e Comercio de Moveis* dedicou uma das capas (figura 60) à B.V. Sarly, com a fotografia das poltronas do Cinema Rialto (inaugurado em 1921). No texto da empresa há uma menção aos cinemas instalados (todos no Rio de Janeiro), entre eles, o Ideal, inaugurado em 1909.

FIGURA 60 - ANÚNCIO DA B.V. SARLY



O Cine Ideal representa um caso específico, lembrado nesse texto, claro, por conta de uma personalidade de projeção nacional. Mas diversos outros cinemas e outras fábricas de poltronas¹¹⁵ combinaram discursos relacionados a conforto, distinção, preferência do público, interrelações com a arte e com o próprio cinema.

Como foi visto, foi nessa passagem da década de 1920 para 1930 que a Móveis CIMO S.A. teve sua gênese, a partir de uma encomenda de poltrona. Nesse momento também ocorria, no Rio de Janeiro, a formação da Cinelândia, e em meados da década, as exibições sonorizadas, que alteraram não só a experiência do espectador, mas o espaço dedicado ao cinema e com isso uma série de outros elementos.

Na década de 1930 observa-se a construção dos *movie palaces*, uma leve alta no número de construção de salas e uma maior incidência publicitária da Móveis CIMO S.A., ou seja, um movimento significativo de divulgação dos produtos da Móveis CIMO S.A. na imprensa de grande circulação e em periódicos especializados (arquitetura, decoração e cinema).

Na década de 1940 ocorre a síntese desse percurso. As relações construídas por Jorge e Martin Zipperer possibilitaram e promoveram a capacidade produtiva e comercial da Móveis CIMO S.A., acompanhando a expansão de salas de cinema no Brasil. O envolvimento de diversos agentes (representantes, exibidores, a imprensa especializada) forneceram recursos (materiais e simbólicos) para que a partir do fim da década de 1930 (com a saída de Jorge Zipperer), e o início da década de 1940 (uma maior centralização de Martin Zipperer e a formação de uma companhia), fosse realizado um projeto mais centralizador, calcado na figura de Martin Zipperer.

Em relação as pesquisas sobre o espaço exibidor, o pesquisador José Inácio de Melo Souza pontua que o interesse no assunto se formou a partir de 1980, a década em que “[...] a era dos ‘palácios cinematográficos’ estava em decadência havia algum tempo, com o sistema de exibição, tal como era conhecido até aquele momento aproximando-se do colapso” (SOUZA, 2013).

Isso motivou o surgimento de pesquisas sobre a exibição em diversas áreas, como a arquitetura e o urbanismo, não apenas no sentido do estudo da preservação

¹¹⁵ A B.V. Sarly, na busca empregada em jornais e revistas, não publicou mais anúncios. Inclusive, não foi encontrado nenhum registrado da empresa da Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro.

(ou da não preservação) e do patrimônio formado pelas salas, mas por seu papel no tecido urbano.

Como já visto, na virada da década de 1980 para 1990, pesquisas como as de João Luiz Vieira e Margareth Aparecida Campos da Silva Pereira, e de Alice Gonzaga, ambos no Rio de Janeiro, e de Inimá Simões, em São Paulo, buscaram mapear e dar visibilidade ao circuito exibidor. Esses levantamentos não apenas descreveram a configuração das salas, mas também articularam questões centrais para a história da exibição, como os processos de modernização tecnológica, a constituição de redes de negócios e a atuação do poder público na regulação e no desenvolvimento da atividade cinematográfica.

Assim, as questões que envolvem o cinema são mobilizadas a partir de novos problemas, objetos e fontes, o que possibilita o desenvolvimento da História da Exibição Cinematográfica. A pesquisadora Sheila Schvarzman observa esse trânsito de problemas, que saem “da tela para a sala”, viabilizando leituras nos sentidos arquitetônico, urbano, de práticas sociais etc. (SCHVARZMAN, 2007, p. 36).

Em 1990 foi defendida a dissertação de Renato Luiz Sobral Anelli, que estuda a construção de cinemas a partir do viés modernista, desde a década de 1920, sendo um espaço de necessidades técnicas, mas com um projeto de inspiração de vanguardas e do próprio universo cinematográfico (ANELLI, 1990).

Nesse sentido, não há como não mencionar os cinemas projetados por Rino Levi e estudados por Anelli, de forma mais detalhada o Ufa Palácio, o Cine Universo o Ipiranga, todos em São Paulo (para Anelli seria redundante a análise de outra sala projetada por Rino Levi, o Cine Piratininga), projetados e construídos entre 1936 e 1941. Para o autor, Rino Levi se distanciou

dos projetos dos cinemas então realizados. Em geral, estes partiam de uma derivação tipológica do teatro, com figuratividade variando entre a dos próprios teatros e a da cenografia dos filmes (ANELLI, 1990, p. 54).

Para além da representatividade dos projetos de Rino Levi para as salas, que buscava uma racionalização em diversos aspectos, desde a acústica e a visibilidade,

observa-se que nas quatro salas de São Paulo as poltronas foram encomendadas para a Móveis CIMO S.A.

Não consegui rastrear se as poltronas foram projetadas por Rino Levi e fabricada pela Móveis CIMO S.A., ou se foram escolhidas a partir do catálogo disponível. De todo modo, como comenta Anelli, “se os procedimentos projetuais [de Rino Levi] revelam uma aproximação com a arquitetura racionalista” (ANELLI, 1990, p. 54), a Móveis CIMO S.A. pode ter sido considerada uma fábrica que cumpria parâmetros agradáveis a diversos públicos, não apenas os espectadores ou exibidores, mas aos construtores. Além disso, obviamente, foi mais uma forma da fábrica alcançar um espaço de destaque na publicidade e na imprensa.

Vale ressaltar também que entre os projetos de Rino Levi (Ufa Palácio, Universo, Ipiranga e Piratininga), o Cine Universo, localizado na Avenida Celso Garcia, no bairro do Brás, e inaugurado em 1939, ficou conhecido por suas grandes proporções, pois sua capacidade era de 4324 lugares, um número notadamente grande.

A alta capacidade chegou a impactar no tipo da poltrona escolhida. A pesquisadora Heloísa Buarque de Almeida diz que o “Cine Universo, por exemplo, apesar de valorizado, não tinha cadeiras estofadas, só de madeira” (ALMEIDA, 2008, p. 166). Renato Anelli já fala na “pobreza” das poltronas (ANELLI, 1990, p. 59).

O pesquisador Rafael de Luna Freire fez um estudo a partir de uma abordagem histórica da exibição com base na tecnologia, ou, mais especificamente, dos equipamentos necessários ao funcionamento da atividade cinematográfica por uma perspectiva dos estágios de invenção, inovação e difusão dos produtos (FREIRE, 2018, p. 106).

Assim, ao analisar os impactos das relações de negócios de uma indústria nacional, empenhada em garantir esse mercado, Freire também leva em conta a especialização dos espaços a partir da sonorização, e uma demanda por novos produtos e uma inédita experiência do público, tal como o mobiliário, parte integrante desse espaço, o qual desempenhava um papel central na organização do cinema (FREIRE, 2018, p. 107).

Para Freire, o mobiliário das salas (excetuando aquele empregado nos espaços de socialização, como a recepção, café etc.) poderia ser um dos gastos mais altos entre os equipamentos para a atividade, visto que o valor unitário por

poltrona era multiplicado pelo número de lotação da sala fora os custos de instalação e manutenção. A simplicidade do mobiliário do Cine Universo, então, é compressível.

A importância de poltronas de qualidade era discutida em espaços de diálogo do circuito exibidor. Uma das conclusões do I Congresso Nacional de Exibidores Cinematográficos¹¹⁶ tratava justamente desse tema:

Recomenda o Congresso que, sendo possível, **se deve melhorar sempre as acomodações do público, não só com a renovação do mobiliário, como de aparelhagens, pintura etc.** Torna-se imprescindível, porém, instruir-se esse mesmo público de que tudo é feito para o seu próprio conforto e não para ser depredado ou destruído maldosamente, tornando contraproducente a comodidade que se lhe quer proporcionar (AS CONCLUSÕES, 1946, p. 12, grifo nosso).

Em 1948, com a implementação do regime de tabelamento, as poltronas também passaram a ser um critério de classificação das salas, como comenta Anita Simis. Assim, salas que possuíam poltronas com assento e encosto em madeira, eram classificadas abaixo das que possuíam poltronas com assento acolchoado, ou integralmente acolchoado (SIMIS, 2017, p. 72).

Foi nessa perspectiva das relações ao envolverem o espaço da sala de cinema, o poder público, e o mercado exibidor e outros agentes, que a empresa Móveis CIMO S.A. desenvolveu seu produto para essa parcela de mercado a partir da década de 1920 e de modo crescente nas décadas de 1940 e 1950.

3.1 “INSTALADAS POR TODO O BRASIL”

Um dado que inicialmente chama a atenção para essa contribuição da empresa era a quantidade de poltronas instaladas no Brasil, a partir do recurso publicitário pela fábrica – que, no entanto, deve ser lida com a devida crítica.

¹¹⁶ O Congresso ocorreu em 1946, na cidade de São Paulo, e foi organizado pelo Sindicato das Empresas Exibidoras Cinematográficas do Estado de São Paulo. Além dos empresários exibidores, o congresso também teve a presença de profissionais, representantes da Igreja Católica e agentes do poder público, integrantes dos órgãos de censura.

Em um anúncio ocupando uma página da *Revista Acrópole* de julho de 1941 (figura 61) quando a Móveis CIMO S.A. ainda adotava o nome de Cia. M. Zipperer - Móveis Rio Negrinho, o destaque não é para a qualidade do móvel em si, seu material ou durabilidade, mas a quantidade de instalações de poltronas em diversos estados do Brasil.

FIGURA 61 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.



FONTE: Revista Acrópole. Jun. 1941, p. 8. Acervo Acrópole-FAU/USP.

Segundo o anúncio, 500 mil poltronas foram instaladas até aquele momento (desde o início da fabricação de móveis para cinema, em 1921). O anúncio também faz uma aproximação do número por estado (São Paulo, no caso, foi o que recebeu

mais instalações, com 138 mil, seguido do Rio de Janeiro - até então Distrito Federal -, com 100 mil poltronas).

A especialização no nicho dos cinemas é evidente, pois há um rolo de filme/película atravessando o mapa do Brasil, mesmo havendo instalação para outros usos (como teatros e auditórios), além de representações de fachadas de cinemas em alguns estados (porém, não foi possível identificar se realmente existiram e funcionaram). Como a *Acrópole* era uma revista para leitores interessados em arquitetura, e, portanto, com anúncios produzidos para o público construtor, é de certa forma estranho não haver informações técnicas do produto (dimensões, materiais etc.).

Aliás, há uma repetição em diversos anúncios acerca dos argumentos do tempo de experiência da Móveis CIMO S.A., em articulação com a quantidade de poltronas instaladas (como já observado no capítulo 1), na comemoração de 30 anos da fábrica.

A estratégia publicitária em relação aos números, foi também acompanhada de um recurso que aproximava a Móveis CIMO S.A. da própria cultura cinematográfica.¹¹⁷ Em um anúncio de página inteira do *Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico*, de 31 de dezembro de 1955 (figura 62), portanto, em um número especial de passagem de ano, havia o seguinte texto:

Desde o filme mudo 'O Garoto', Chaplin vem afirmando a sua notável performance como um dos maiores atores de todos os tempos. Contemporâneas dos primeiros sucessos de Carlitos, as poltronas CIMO para cinema, desde 1921 até o Cinemascope de hoje, oferecem um aprimoramento constante no conforto que as tornaram famosas através dos anos (DESDE, 1955, p. 23).

O texto é concluído com os números que representam o total de poltronas produzidas até aquele momento: 10 mil auditórios equipados, com aproximadamente

¹¹⁷ Segundo os pesquisadores Rafael Morato Zanatto e Rodrigo Archangelo, o termo “cultura cinematográfica” foi forjado por Paulo Emílio Salles Gomes, que, a partir da Cinema Brasileira, realizou diversas iniciativas de difusão, “como ciclos, cursos, mostras, festivais e pesquisas de fontes fílmicas e não fílmicas sobre a história do cinema brasileiro com o objetivo de preservá-las e assegurar sua transmissão para as gerações posteriores” (ZANATTO; ARCHANGELO, 2022, p. 27). Nesse sentido, as investigações sobre as salas, a preservação e a divulgação de acervos, o registro de cineclubes, a defesa e a valorização do patrimônio audiovisual, fazem parte de tal cultura.

2 milhões de poltronas pelo Brasil (um número razoavelmente factível, ainda que não verificável sem os documentos fiscais da fábrica). Nota-se, então, pelo menos em documentos publicitários, em um período de 14 anos, um aumento de 400% de poltronas CIMO instaladas.

FIGURA 62 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.

DESDE O FILME DE CARLITOS
"O GAROTO"
 (THE KID)
 em 1921




— as poltronas
 para cinema
CIMO
 vêm proporcionando
 conforto aos
 auditórios dos
 melhores espetáculos!

Desde o filme mudo "O Garoto", Chaplin vem afirmando a sua notável performance como um dos maiores atores de todos os tempos. Contemporâneas dos primeiros sucessos de Carlitos, as poltronas CIMO para cinema, desde 1921 até o Cinemascope de hoje, oferecem um aprimoramento constante no conforto que as tornaram famosas através dos anos. Tal fato pode ser constatado por esta preferência absoluta:

<p>10.000 auditórios equipados! 2.000.000 de poltronas em todo o Brasil!</p>

MÓVEIS CIMO
 Matriz: Curitiba - Filial de São Paulo: Av. Duque de Caxias, 89

Atlas

FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 31 dez. 1955, p. 23. HDB.

Mas, para além dos números, o que interessa, nesse sentido, são os elementos simbólicos presentes nos anúncios e as relações possíveis: o destaque do tempo de experiência da fábrica e a quantidade de poltronas instaladas no país

como discurso, articulada com a história do cinema, nesse caso, a partir de um personagem específico, Charles Chaplin, como uma figura de legitimação.¹¹⁸

De fato, *O Garoto* foi lançado em 1921, mesmo ano da primeira encomenda da Móveis CIMO S.A. Mais um elemento de origem da fábrica explorado, desta vez, com o próprio universo cinematográfico. Não apenas a origem, mas uma continuidade evolutiva, pois o texto do anúncio, mesmo priorizando a figura de Chaplin, também cita o Cinemascope, uma tecnologia de filmagem e exibição da década de 1950.

O fato é que essa aproximação tensionava o olhar do público (especializado ou não) para um discurso não apenas pautado na tradição, mas na articulação da indústria com a arte, afinal, o texto do anúncio relaciona o ano de início das atividades da fábrica para mobiliário com a data de lançamento do filme de Charles Chaplin, mas também em sua fase técnica de exibição, o cinema mudo. A fábrica – e suas poltronas –, mediante a narrativa do anúncio, almejavam participar dessa história e dessa evolução de técnicas do universo cinematográfico.

Ademais, o estabelecimento do marco do lançamento do filme de Chaplin com o início da produção de cadeiras é uma estratégia publicitária bem definida tanto para exibidores, como para o público espectador. Além desse anúncio ter circulado no *Cine-Repórter* (também em 23 de junho de 1956 e em 11 de agosto de 1956), foi veiculado na *Revista O Exibidor* em fevereiro de 1957 e na *Folha da Manhã* (em 05 e 08 de novembro de 1955), portanto, uma publicação não especializada e de grande circulação, possivelmente por conta do apelo da figura de Chaplin.¹¹⁹

¹¹⁸ Mesmo que a legitimação seja estética, por conta de Chaplin, há também a questão do desenvolvimento da técnica, do mudo para o sonorizado, e que na passagem da década de 1920 para 1930 causou muitos debates (uma vez que para alguns grupos, o cinema era, essencialmente, uma arte muda). Para compreender o anúncio, é necessário levar em conta a formação de um público consumidor de cinema e o papel de Chaplin. Assim, percebe-se que a produção de tal anúncio faz parte um cálculo que media a popularidade de Chaplin no mercado brasileiro. É interessante destacar, por exemplo, a existência de um Chapin Club, criado em 1928: “formado no Rio de Janeiro pelos jovens Octavio de Faria, Plínio Sussekind, Cláudio Mello e Almir Castro. Considerado o primeiro cineclubes brasileiro, nos moldes dos congêneres franceses, o Chapin Club promovia exhibições de filmes, sempre seguidas de discussões, além de editar a publicação *O Fan* com longas resenhas sobre filmes e artigos em torno da linguagem cinematográfica” (ARAÚJO, 2008, p. 262).

¹¹⁹ O crítico Paulo Emílio Salles Gomes, no texto “Chaplin é cinema?”, publicado em 11 de setembro de 1965 no *O Estado de S. Paulo*, discute a questão do “Chaplin sem Carlito”, uma vez que há a necessidade de se ver e reconhecer o personagem. O crítico continua sobre a discussão se Chaplin é cinema: “A natureza do vínculo entre Chaplin e o cinema não é simples. Acho muito atraente considerar cinema tudo aquilo registrado na película cinematográfica. Essa definição brutal, que

Outro anúncio do *Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico*, em abril de 1957 (figura 63), de página inteira, aprofunda a pretensa relação da Móveis CIMO S.A. com a experiência estética e tecnológica do cinema, desde a sua manchete: “As três fases decisivas do cinema mundial: As poltronas CIMO acompanham a história do cinema”.

FIGURA 63 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.

As três fases decisivas do cinema mundial:

As poltronas
CIMO
acompanham
a história do cinema

Desde o nascimento do filme muda de longa metragem e o aparecimento do cinema falado, até o extraordinário Cinemascope de hoje, a cinematografia mundial tem feito passos gigantescos, alcançando uma perfeição sempre maior. Acompanhando este fabuloso desenvolvimento, as poltronas CIMO vem proporcionando um conforto sem par aos espectadores do Brasil.

De 1921 aos nossos dias, CIMO já equipou mais de 10.000 auditórios em todo o país, num total que supera dois milhões de poltronas. Esta preferência justifica-se pela perfeição dos desenhos, pela perfeita técnica empregada pelo acabamento esmerado a que são submetidas as Poltronas Cimo, apresentando um alto padrão de conforto e durabilidade.

A grande durabilidade das Poltronas Cimo é comprovada nos inúmeros cinemas em que estão em uso, há mais de 15 anos, sem nenhum reparo.

A nossa Seção Técnica está às ordens dos Srs. Engenheiros, Construtores e Concessionários, para fornecer estudos de distribuição e filiação para cinemas e teatros, sem despesas e sem compromisso.

Exposição e vendas:
MÓVEIS CIMO
Av. Duque de Caxias, 89 - S. Paulo

FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 13 abr. 1957, p. 7. HDB.

abarca Chaplin e qualquer jornal cinematográfico brasileiro corrente, tem o mérito de tudo simplificar. Mas simplifica tanto que nada esclarece e a partir dela é que todos os problemas se colocam. Fixar um ponto de partida, porém, é bom. Convenhamos pois que Chaplin é cinema, já que foi através da película impressa que entrou em comunicação conosco” (GOMES, 1965, p. 4).

Desde o nascimento do filme mudo de longa metragem e o aparecimento do cinema falado, até o extraordinário Cinemascope de hoje, a cinematografia mundial tem feito passos gigantescos, alcançando uma perfeição sempre maior. Acompanhando este fabuloso desenvolvimento, as poltronas CIMO vem proporcionando um conforto sem par aos espectadores do Brasil. De 1921 aos nossos dias, CIMO já equipou mais de 10.000 auditórios em todo o país, num total que supera dois milhões de poltronas. Esta preferência justifica-se pela perfeição dos desenhos, pela perfeita técnica empregada pelo acabamento esmerado a que são submetidas as Poltronas Cimo, apresentando um alto padrão de conforto e durabilidade (AS TRÊS, 1957, p. 7).

O anúncio também é composto por uma ilustração em primeiro plano de uma poltrona em uma perspectiva comum nos outros anúncios, e em segundo plano as poltronas enfileiradas. Há também imagens de três frames de filmes: *O Grande Roubo do Trem*, lançado em 1903, e que apresentou a novidade de uma sequência narrativa a partir da edição; *O Cantor de Jazz*, lançado em 1927 e considerado o primeiro longa-metragem falado; e *O Manto Sagrado*, lançado em 1953, e o primeiro filme filmado em Cinemascope.

Não apenas na manchete, mas no texto e nas imagens dos filmes, o argumento é de que a fábrica acompanha a história do cinema e seu desenvolvimento, e assim insere o mobiliário no rol de tecnologia para cinema, a partir de uma indústria nacional: um duplo engajamento exposto na publicidade.

Nesse sentido, retomo o texto do pesquisador Rafael de Luna Freire, a partir de uma abordagem que leva em conta a “[...] indústria cinematográfica para além da produção de filmes, para também abarcar, por exemplo, empresas fornecedoras de equipamentos e serviços do setor da exibição” (FREIRE, 2018, p. 123).

Destaca-se a questão da valorização da indústria nacional no anúncio, frente a uma indústria de desenvolvimento de tecnologias massivamente estrangeira. Assim, Rafael de Luna Freire também aponta, no caso dos sistemas de projeção, mas que pode ser aplicado ao caso do mobiliário, o florescimento de empresas brasileiras que atendessem os empresários sem condições de importarem equipamentos e mão-de-obra, sendo que o “[...] argumento nacionalista de valorização da indústria nacional também foi frequentemente invocado [...]” em anúncios publicitários (FREIRE, 2018, p. 122).

É evidente também que a Móveis CIMO S.A. investia no projeto do móvel, tanto em tecnologia empregada (ergonomia, diferentes materiais – além da madeira,

o estofado e molas, instalação) até a questão da beleza (ainda que, paradoxalmente, como exposto na introdução, o móvel de cinema tem o uso na maior parte do tempo em um ambiente de pouca ou nenhuma visão), mas os elementos que eram invocados na publicidade era a narrativa de que a fábrica fazia parte da história tecnológica do cinema.

Há também um discreto apelo técnico nesse anúncio. Fora da área de destaque há um texto que diz que a “grande durabilidade das Poltronas Cimo é comprovada nos inúmeros cinemas em que estão em uso, há mais de 15 anos, sem nenhum reparo” (AS TRÊS, 1957, p. 7). Na parte inferior do anúncio também é possível ler: “A nossa Secção Técnica está às ordens dos Snrs. Engenheiros, Contrutores e Concessionários, para fornecer estudos de distribuição e filiação para cinemas e teatros, sem despesas e sem compromisso” (AS TRÊS, 1957, p. 7).

Ou seja, há uma ligeira mudança em relação ao anúncio anteriormente analisado, que apresenta, mesmo que timidamente, uma possibilidade técnica direcionada a construtores. Ainda assim, a ênfase é no discurso de aproximação com a história tecnológica e artística do cinema. Por fim, vale ressaltar que esse anúncio também foi replicado no próprio *Cine-Repórter* (em 25 de maio de 1957) e na *Revista O Exibidor* (março, julho e novembro e 1957), mas não foi encontrado em periódicos de circulação diária.

O Cine República, em São Paulo, inaugurado em 1952 pela Empresa Cinematográfica Paulista, do empresário Paulo Sá Pinto, foi mobiliado com as poltronas da Móveis CIMO S.A. (2254 lugares). Essa sala abrigou diversas novidades tecnológicas, que foram exploradas estrategicamente pela Móveis CIMO S.A. Inicialmente, com o lançamento de filmes produzidos em 3ª dimensão (3D). Em um anúncio de meia página no *Cine-Repórter* esse fato foi noticiado de modo direto, com o texto sobrepondo uma fotografia das poltronas instaladas na sala (figura 64).

O texto, escrito a partir do efeito dos raios do projetor, que confirmava ainda mais essa relação direta entre as poltronas e a sala, afirmava que a tecnologia foi lançada com “as insuperáveis poltronas CIMO”.

De modo semelhante houve o anúncio do lançamento do Cinemascope, também no Cine República, em 1954, a partir de um anúncio visivelmente reaproveitado da Móveis CIMO S.A. (figura 65).

FIGURA 64 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.



FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 31 out. 1953, p. 9. HDB.

FIGURA 65 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.



FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 03 abr. 1954 p.5. HDB.

Outro exemplo em que aspectos da tradição são utilizados é no caso de um anúncio (figura 66) em que há uma comparação das poltronas da Móveis CIMO S.A. com os assentos dos teatros gregos. A aproximação é feita a partir de uma imagem, em que é colocada uma poltrona estofada ao lado de uma fotografia de uma poltrona de sacerdote do anfiteatro de Dionísio, em Atenas, segundo a legenda.

FIGURA 66 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.

as poltronas CIMO trazem em suas linhas a mesma perfeição e elegância, inspiradas na arte grega!

Poltrona de sacerdote (Arquiteto de Dionísio - Atenas)

Há 2500 anos, poltronas como esta eram reservadas, nos anfiteatros, exclusivamente às autoridades. Hoje, porém, o conforto deixou de ser um privilégio para se tornar um direito de todos. Outrora, para assistir aos espetáculos, o povo se assentava nas arquibancadas de pedra, sem o mínimo conforto. Na atualidade, qualquer pessoa poderá instalar-se, comodamente, numa poltrona estofada.

E, contribuindo para a difusão do bem estar, em todos os ambientes, MÓVEIS CIMO oferece suas afamadas poltronas para cinema e teatro, dotadas com o máximo de conforto e alto padrão técnico.

Poltronas que completam e valorizam o prazer dos espectadores, somente **POLTRONAS CIMO** - um símbolo de qualidade!

MÓVEIS CIMO

Méier: Casa Postal, 13 - Curitiba
Rio de Janeiro: R. dos Inválidos, 139
São Paulo: Av. Duque de Caxias, 69
Belo Horizonte: Rua Cardeal, 101
Cuiabá: R. Barão de Rio Branco, 156

Londrina: Av. Paraná, 77/81
Joinville: Rua São Pedro, 160
Florianópolis: R. Siqueira de Carvalho, 20
Porto Alegre: Rua dos Andradas, 926
Revendedoras em todo o Brasil

Cimopubli 155

FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 09 dez. 1959, p. 14. HDB.

As poltronas CIMO trazem e suas linhas a mesma perfeição e elegância, inspiradas na arte grega! Há 2.500 anos, poltronas como esta eram reservadas, nos anfiteatros, exclusivamente às autoridades. Hoje, porém, o conforto deixou de ser um privilégio para se tornar um direito de todos. Outrora, para assistir aos espetáculos, o povo se assentava nas arquibancadas de pedra, sem o mínimo conforto. Na atualidade, qualquer pessoa poderá instalar-se, comodamente, numa poltrona estofada (AS POLTRONAS, 1959, p.14).

Esse apelo à tradição na questão estética (e até do conforto – ainda que o assento grego fosse de pedra) gera uma contradição quando o próprio texto do anúncio pontua que massificar o conforto e torná-lo acessível é uma inovação. Em um cinema com 2000 poltronas, todas seriam iguais, da mesma fábrica e do mesmo modelo (no entanto, os mecanismos de distinção são muitos e são sutis: havia diferenciação de cinemas, de salas e até os camarotes e galerias). Construir esse argumento a partir do clássico para se chegar ao moderno, foi um recurso que pôde abranger tanto a questão do desenho industrial como também da pretensa democratização do entretenimento e do consumo que a fábrica postulava.

O argumento de que a Grécia, e o que era derivado daí, estava relacionado com uma origem fundadora de diversos elementos, como aponta Ella Shohat e Robert Stam em *Crítica da imagem eurocêntrica: Multiculturalismo e representação*, a partir de uma análise de que muitas produções (filmes, livros, publicidade) naturalizam um aspecto eurocêntrico (SHOHAT; STAM, 2006, p. 91).

No campo do design, Adrian Forty analisou que a partir do século XVIII o neoclassicismo, ou “o paradoxo do gosto setecentista”, era colocado em prática por diversos grupos, que “usavam imagens do passado, mas pretendiam expressar sentimentos modernos” (FORTY, 2013, p. 25).

Há, decerto, uma distância temporal e geográfica entre o século XVIII, objeto da análise de Adrian Forty, e a década de 1950, no anúncio da Móveis CIMO S.A. No entanto, por um lado, o uso do gosto clássico como legitimação permaneceu, mas com outros contornos, pelos argumentos do conforto e da possível igualdade entre os usuários do mobiliário, atributos realizáveis por conta de um discurso moderno: a imagem do passado que admite as inovações tecnológicas e sociais.

Outra chave de compreensão para a colaboração da Móveis CIMO S.A. para o mercado exibidor encontra-se na demanda para um público específico (segmentos médios e elites), fidelizados a partir das ferramentas de distinção no espaço.

Para Schvarzman, em um artigo que analisa a crítica de Octavio Gabus Mendes (que incluía o cinema enquanto espaço de atividade distinta, portanto, bem localizada e frequentada por poucos apreciadores) nos anos 1920, essa demanda não era exclusiva dos empresários do mercado exibidor, que, por sinal, também apostavam nas camadas populares (bairros operários), mas de parte da imprensa e da crítica que insistiam no enobrecimento da atividade, pois ela

[...] tende a se dignificar através das novas histórias que passa a contar, atraindo o público burguês, o que demanda mudanças nas práticas de exibição. Os cinemas deixam de ser apenas grandes galpões que reuniam trabalhadores, e passam a ser também lugares de distinção, tomando o teatro e a ópera como seus paradigmas de luxo e organização. (SCHVARZMAN, 2005, p. 154-155).

Dessa forma, a intenção de “nobilitar a atividade cinematográfica” (SCHVARZMAN, 2005, p. 158), contava também com projetos arquitetônicos específicos de cinema e de indústrias fornecedoras de equipamentos que cumprissem diversas funções: desde a disponibilidade, o preço, o interesse comercial, até atributos de beleza, qualidade etc.

Inimá Simões também manifestou o argumento acerca de elites interessadas na atividade cinematográfica para além do filme (não como peça complementar, como supracitado, mas como um conjunto de elementos que proporcionava uma aventura, uma experiência).

Se é que existe uma grande matriz organizativa para o circuito cinematográfica [sic] paulistano, ela vem dos EUA, sem dúvida, onde já em 1910, mais ou menos, eram feitos grandes investimentos na construção de verdadeiros palácios cinematográficos para atendimento de uma clientela obcecada pela ‘arte das novas civilizações’. [...] Estabelecido o padrão arquitetônico, observa-se que ele transita na mesma vertente dos filmes realizados por Hollywood [sic], ou seja, é reflexo de uma mesma concepção artístico-comercial. Nesta linha o cinema, ou a ‘situação cinema’, como gostam de dizer os estudiosos franceses, não se limitava apenas aquilo [sic] que ocorria na plateia obscurecida, mas também a tudo que vinha antes ou depois. Os filmes podiam constituir a parte mais importante do espetáculo, mas isso não encerrava a questão, pois a ‘aventura’ abrangia a própria arquitetura das salas, planejadas para preparar o espírito do espectador para o que seria projetado na tela (SIMÕES, 1990, p. 10).

A contribuição da Móveis CIMO S.A. para a exibição no Brasil é evidente. Mas o que ocasionou tamanha procura pela fábrica? Havia concorrentes, como as poltronas BRAFOR, poltronas Kastrup (que foi uma das representantes de vendas da Móveis CIMO S.A. antes de uma produção própria) e outros locais que funcionavam sob encomendas, como o Liceu de Artes e Ofícios de São Paulo, mas não com a mesma força da Móveis CIMO S.A.

Destaco, sobretudo, a publicidade produzida pela BRAFOR. Infelizmente, não há pesquisas sobre essa empresa, que, de modo semelhante a Móveis CIMO S.A., contribuiu para o fornecimento de mobiliário de espaços coletivos.

Sabe-se que foi uma empresa fundada em 1912, e que a partir da década de 1940 passou a ter uma divulgação recorrente em periódicos. Um anúncio da BRAFOR chama a atenção por sua composição, ainda que uma variedade siga um perfil semelhante. Em junho de 1950 foi veiculado no *Cine-Repórter* uma peça publicitária de página inteira (figura 67) que tinha como título “Há um momento... em que nosso auxílio lhe é indispensável” (HÁ UM MOMENTO, 1950, p. 22).

Ao centro da imagem há um projeto em planta baixa de uma sala de cinema: a tela, os corredores e as poltronas alinhadas no espaço em formato oval. A figura de uma poltrona solitária compete visualmente com dois elementos técnicos: o compasso, acima, e o escalímetro, abaixo, ocupando uma parte do anúncio e sinalizando um destaque para a ferramenta. O texto que compõe o anúncio confirma o caráter profissional, quase científico do anúncio.

A sala de espetáculos vai ser projetada... êste é o momento em que seu fornecedor de poltronas lhe poderá oferecer informações precisas sôbre o aproveitamento racional do espaço comercial, proporcionando aos Srs. Engenheiros e exibidores uma colaboração útil e valiosa antes de iniciada a obra, para que melhores resultados possam ser colhidos depois. Colocamos ao seu inteiro dispor – sem compromisso algum – a nossa experiência como fornecedores de poltronas para cinemas e teatros, e o largo tirocínio dos nossos técnicos no aproveitamento racional do espaço utilizável, certos de que a nossa modesta colaboração se traduzirá em maiores lucros e poupará maiores trabalhos, no futuro (HÁ UM MOMENTO, 1950, p. 22)

FIGURA 67 - ANÚNCIO DA MÓVEIS BRAFOR

— 22 — CINE-REPORTER 24 de Junho de 1950

Há um momento...
em que o nosso
auxílio lhe é
indispensável!

A sala de espéculos vai ser projetada... é este o momento em que o seu fornecedor de poltronas lhe poderá oferecer informações precisas sobre o aproveitamento racional do espaço comercial, proporcionando aos Srs. Engenheiros e exibidores uma colaboração útil e valiosa antes de iniciada a obra, para que melhores resultados possam ser colhidos depois. Colocamos ao seu inteiro dispor — sem compromisso algum — a nossa experiência como fornecedores de poltronas para cinemas e teatros, e o largo tirocinio dos nossos técnicos no aproveitamento racional do espaço utilizável, certos de que a nossa modesta colaboração se traduzirá em maiores lucros e poupará maiores trabalhos, no futuro.

Há 38 anos fabricantes de móveis para escolas, cinemas e teatros.

MÓVEIS BRAFOR
Fabricadora Fornecedoras Escolares S.A.

SÃO PAULO: RUA 7 DE ABRIL, 125 — TELEFONE 4-6555 — RIO: RUA MEXICO, 21-A — TELEFONE 22-0180

FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 24 jun. 1950, p. 22. HDB

Ainda que o apelo ao discurso técnico seja utilizado tanto pela Móveis CIMO S.A. e pela Móveis BRAFOR, há uma diferença que aquela relaciona sua própria história com a histórica técnica do cinema (som, filmagem, exibição), e esta constrói uma relação de técnica com o projeto racional das salas. A concorrência também era demarcada a partir de provocações nos anúncios publicitários. Em 12 de março de 1955, a Móveis BRAFOR divulgou uma peça publicitária de meia página (figura 68) com o título “O conforto determina a preferência” (O CONFORTO, 1955, p. 8).

FIGURA 68 - ANÚNCIO DA MÓVEIS BRAFOR

O conforto determina a preferência

Entre cinemas que apresentam o mesmo programa, evidentemente o público prefere o que lhe ofereça melhores instalações, maior conforto.

Compare as vantagens* revolucionárias da Poltrona Pullman Recuável Brafor com os modelos de tipo convencional, e certifique-se de quanto o seu cinema tem a ganhar, em conforto, em beleza e em aumento de frequência. Conquiste a preferência do público oferecendo-lhe mais conforto.

Para maiores detalhes, consulte-nos sem compromisso.

POLTRONA PULLMAN RECUÁVEL BRAFOR

Loja BRAFOR Rio : Rua México, 21-A
Tel. 22-0180

Loja BRAFOR S. Paulo: Rua 7 de Abril, 125
Tel. 34-6665

Reposante
Desenho científico, estufamento macio e indeformável, adaptando-se perfeitamente às linhas do corpo.

Luxuosa
Sapores laterais de agradável desenho, em harmoniosa combinação com as cores de refinamento.

Prática
O assento móvel permite ao espectador inclinar-se para frente sem precisar levantar-se.

Durável
Toda a estrutura é construída em aço de Valsa Rodada, da melhor qualidade.

FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 12 mar. 1955, p. 8. HDB

A imagem é composta por duas situações: a esquerda, uma poltrona em destaque da Móveis BRAFOR, acolchoada e com os cavaletes ornamentados, acomoda um homem de forma integral, fato confirmado pela postura. Ainda nessa composição, há uma sala de cinema lotada, com figuras de pessoas satisfeitas. Já do lado direito, uma poltrona pequena, em madeira, com um homem sentado, mas de modo incômodo e com uma postura bastante inadequada. A sala de cinema está vazia e as poucas pessoas que lá estão expressam insatisfação. Ora, o modelo representado a direita é da Móveis CIMO S.A.

Nesse conjunto também há um texto que diz: “Entre cinemas que apresentam o mesmo programa, evidentemente o público prefere o que lhe ofereça melhores instalações, maior conforto” (O CONFORTO, 1955, p. 8). É razoável pensar que muitas salas ofertavam ao público os mesmos filmes. E para além de outros elementos, como proximidade, fácil acesso, valor do ingresso, será que a poltrona realmente determinava a escolha do público? Por fim, o anúncio revela

outros aspectos da poltrona BRAFOR, como seu “desenho científico” e a matéria-prima ser em aço, em uma estratégia de desvalorizar o uso da madeira.

3.2 “TODOS OS BONS CINEMAS SÃO MONTADOS COM POLTRONAS CIMO”

Durante as décadas de 1940 e 1950, peças publicitárias acerca de inaugurações de cinemas, ou anúncios sobre a agenda da semana, traziam a lista de fornecedores para o funcionamento da respectiva sala. No caso de revistas especializadas em arquitetura era mais comum, por conta da própria vocação da revista (uma reportagem sobre determinado cinema possuía o nome da empresa construtora, do fornecimento de cimento, cerâmicas, ar-condicionado, marcenaria etc.).

No entanto, essa era uma estratégia utilizada em outras publicações, inclusive de grande circulação. Não há como rastrear até que ponto era uma publicidade casada, ou era uma indicação de bom relacionamento da empresa exibidora com seus fornecedores. Alguns produtos eram demasiado técnicos para o público compreender (determinada marca e modelo de projetor, por exemplo), mas, no caso do mobiliário, das poltronas de cinema, tratava-se de um item que seria usufruído.

Alguns casos são exemplares dessa questão, como por exemplo, o Cine Bandeirantes, inaugurado em 14 de abril 1939, por J.B. Andrade. É um dos cinemas localizados na Cinelândia Paulistana, mais precisamente no Largo do Paissandu, 138. Possuía 1970 poltronas da Móveis CIMO S.A. (1286 na plateia e 684 no balcão). Na ocasião de sua inauguração, em 1939, o jornal *O Estado de S. Paulo* dedicou a capa (figura 69) para esse evento.

No cabeçalho há a representação do Bandeirante (que estava estampada no topo do prédio, conforme figura 70) e o subtítulo da casa exibidora: “o cinema fidalgo de São Paulo”.¹²⁰ Essa capa tinha a função de mobilizar a opinião para a inauguração do cinema, mas também trazia diversos anunciantes. Do lado direito, logo após o cabeçalho, há o destaque para a empresa fornecedora do mobiliário, Indústrias Reunidas de Madeiras – Jorge Zipperer & Cia.

¹²⁰ Em 1945 chegou a ser a 6ª maior bilheteria da cidade, com 919 mil espectadores (SIMÕES, 1990, p. 89).

FIGURA 70 - NOTÍCIA SOBRE O CINE BANDEIRANTES



Cine
Bandeirantes

Lindenberg, Alves & Assumpção
Eng.^{os} Cívicos
Constructores

FIRMAS FORNECEDORAS:

Carvalho, Meira & Cia.
Siemens Schuckert S. A.
General Electric S. A.
Serralheria Artística
V. Isnard & Cia. Ltda.
Fabrica de Ladrilhos Paulista
Bacellar & Cruz
Luiz Pinatel & Irmão
L. Lotufo & Cia. Ltda.
Manufactura de Artigos de Borracha e Ebonite Ltda.
Aldo Gandolfi
Topeçaria Sul America
Carlos & João Locoselli
Jorge Zipperer & Cia.
Luiz Roberto & Irmão

Os luminosos foram executados por
L. Lotufo & Cia. Ltda.

FONTE: Revista Acrópole. Mai. 1939, p. 1. Acervo Acrópole-FAU/USP.

Ao entregar, hoje, ao publico de S. Paulo, o majestoso palácio da arte cinematographica, desejamos consignar os nossos agradecimentos as firmas que com tanta dedicação e eficiencia contribuíram para a realização deste empreendimento que vem enriquecer o patrimônio artístico da metrópole (CINE, 1939, p.1).

A durabilidade do mobiliário também foi utilizada como atributo publicitário. Em 1954 (portanto, 15 anos após a inauguração do Cine Bandeirantes), um anúncio (figura 71) de página inteira foi publicado no *Cine-Repórter: Semanário*

Cinematográfico para salientar que as poltronas eram as mesmas, a partir da chamada:

Como novas após 15 anos de uso constante. A magnífica platéia do CINE BANDEIRANTES, de S. Paulo, de propriedade da EMPRESA CINEMATOGRAFICA SERRADOR, é uma prova incontestável da resistência sem igual das POLTRONAS CIMO (COMO, 1954, p. 5).

FIGURA 71 - ANÚNCIOS DA MÓVEIS CIMO S.A.

COMO NOVAS

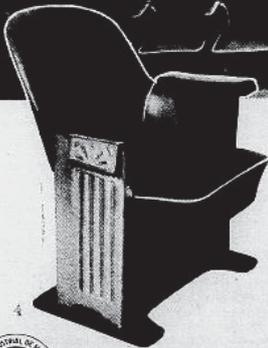
APÓS
15 ANOS DE USO CONSTANTE

A magnífica platéia do CINE BANDEIRANTES, de S. Paulo, de propriedade da EMPRESA CINEMATOGRAFICA SERRADOR, é uma prova incontestável da resistência sem igual das POLTRONAS CIMO.



Vista geral da famosa platéia do Cine Bandeirantes; destacando-se as poltronas, agora recobertas com plástico azul marinho, ovada com gôndas brancas, detalhes que completam o ambiente de distinção e bem estar desta importante casa de espetáculos de S. Paulo.

Tendo conservado intactas, após tantos anos de uso ininterrupto, todas as suas características de esmerado acabamento, perfeitas as moléias e estofamentos bem como as partes de madeira confeccionadas em imbuéu, as poltronas do Cine Bandeirantes, agora recobertas com plástico azul marinho, continuarão por tempo imprevisível COMO NOVAS a proporcionar o conforto que tornou famoso aquele cinema, atestando, ao mesmo tempo, o alto padrão de qualidade atingido pelos artigos de fabricação da COMPANHIA INDUSTRIAL DE MÓVEIS, motivo de orgulho da Indústria Brasileira.



MÓVEIS CIMO
EM SÃO PAULO: AVENIDA DUQUE DE CAXIAS, 89 — TELEFONES: 52-3336 e 52-1730



FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 16 out. 1954, p. 5. HDB.

Aliás, as fontes a partir das peças publicitárias da Móveis CIMO S.A., e reportagens acerca de projetos de cinemas, fornecem um grande leque de dados para a compreensão da contribuição da fábrica para o mercado exibidor, além do estudo da exibição de um modo geral. Há casos em que, num mesmo anúncio, é possível ler dados sobre o cinema em que foram instaladas as poltronas, a empresa administradora, qual modelo, as cores (se tiver o caso de variação), o número total de poltronas e fotografias do interior do cinema.

O caso do Cine Arlequim é um exemplo. A sala foi inaugurada em 1953 e estava localizada na Avenida Brigadeiro Luiz Antônio, 1401.¹²¹ Diferente do Cine Bandeirantes, não teve a mesma mobilização na imprensa diária (talvez por não estar localizado no espaço da Cinelândia), mas teve uma movimentação na imprensa especializada, sobretudo a partir de sua fornecedora de poltronas, a Móveis CIMO S.A.

Logo após sua inauguração foi publicado no *Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico* um anúncio de página inteira (figura 72), que inicialmente parecia uma notícia sobre a sala, mas ao final do texto fica evidente o objetivo comercial.

Com a inauguração do 'CINE ARLEQUIM', na capital bandeirante, o público recolhe mais uma joia cinematográfica no escrínio de sua satisfação, no capítulo da diversão. Trata-se de uma notável realização, que oferece à visão do espectador mais um original espetáculo da estética cinematográfica. A apresentação desse moderníssimo cinema, inaugurado recentemente, conta com a irrepreensível instalação de 1820 POLTRONAS Modelo 'ROXY' (MOVEIS CIMO), estofadas em plástico de varias cores (5), instalação essa inspirada no Cinema 'ARLECHINO', na Itália (CINE, 1953, p. 21).

O “original espetáculo da estética cinematográfica”, nesse caso, diz respeito ao espaço da sala, sua decoração e organização, e sendo um anúncio da fábrica de poltronas, ao mobiliário instalado. É curioso notar também que essa foi uma encomenda diferente, pois apresentou a necessidade de fazer as poltronas em cinco cores sortidas, para fazer uma referência ao Cinema Arlechino, inaugurado em 1948, na Itália.

¹²¹ Há também o Cine Arlequim de Curitiba, pertencente a Cia. Serrador, inaugurado em 1955, mobiliado com Móveis CIMO S.A.

FIGURA 72 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.

CINE
«ARLEQUIM»
 Propriedade da
Companhia Cinematografica
Serrador
 Situado à Rua Brigadeiro Luiz
 Antonio, 1401



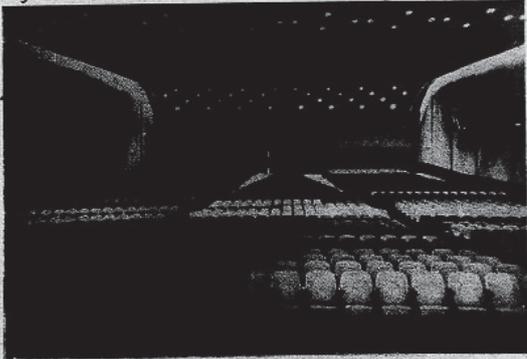
Fachada do «Cine Arlequim»



Aspecto da plateia e tela

Com a inauguração do «CINE ARLEQUIM», na capital bandeirante, o público escolhe mais uma joia cinematográfica no escrinio de sua satisfação, no capítulo da diversão. Trata-se de uma notável realização, que oferece à visão do espectador mais um original espetáculo da estética cinematográfica. A apresentação desse moderníssimo cinema, inaugurado recentemente, conta com a irrepreensível instalação de

1.820 POLTRONAS
 Modelo «ROXY»
(MOVEIS CIMO)
 Estofadas em Plástico de varias cores (5), instalação essa inspirada no Cinema «ARLECHINO», na Itália.



Magnífica visão da plateia

26 de Dezembro de 1953 CINE-REPORTER — 21 —

FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 26 dez. 1953, p. 21. HDB.

Ainda que na imagem anterior as fotografias não apresentem boa definição, outros dois anúncios dão conta de elucidar detalhes sobre o mobiliário do cinema. A Móveis CIMO S.A. criou duas séries de anúncios no *Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico*, uma chamada “todos os bons cinemas são montados com poltronas CIMO” (lançada, inclusive, com o Cine Arlequim) e outra intitulada “conheça os modelos CIMO”.

A série “todos os bons cinemas são montados com poltronas CIMO” apresentava uma fotografia da plateia do cinema com os móveis instalados, e um

pequeno texto de duas linhas contendo o nome do cinema, cidade, empresa administradora, nº de poltronas e o modelo (além dos contatos da filial em São Paulo). No anúncio que trazia o Cine Arlequim (figura 73), de 6 de novembro de 1954, a fotografia utilizada foi a mesma da figura 72, acrescida do logotipo da fábrica. É possível também observar que havia uma pintura na parede lateral, de losangos (que compunham o personagem Arlequim).

Na série “conheça os modelos CIMO”, a figura em destaque era um croqui do modelo em questão. Trazia, obviamente, o nome de modelo, além de especificações técnicas: a madeira utilizada, se havia algum estofamento e de qual tipo era. Em seguida elencava uma lista de cinemas que tinham a instalação do modelo, apresentando a cidade, nome do cinema, empresa administradora, número de poltronas instaladas.

FIGURA 73 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.

TODOS OS BONS CINEMAS SÃO MONTADOS COM

POLTRONAS CIMO

Platêia do Cine Arlequim, de São Paulo, propriedade da Empresa Cinematográfica Serrador, mobiliada com 1.800 poltronas modelo Roxy estofadas

MOVEIS CIMO — EM SÃO PAULO: Av. Duque de Caxias, 89 — Fones: 52-3336 e 52-1730

FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 06 nov. 1954, p. 5. HDB.

No anúncio em relação ao Cine Arlequim (figura 74), há um detalhamento do modelo Roxy. É possível observar, a partir do croqui, que esse é um modelo

integralmente estofado, ou seja, um modelo mais caro (havia o modelo apenas em madeira ou com estofamento no assento, chamado meio estofamento). Soma-se a isso o fato de que foi feito com diversidade de cores revestidas em plástico. Como dito anteriormente, não tive acesso aos documentos fiscais da fábrica, e, portanto, não há previsão de qual foi o custo total, mas a partir desses detalhes, é possível observar que foi um alto investimento na sala, que se tornou um símbolo da exibição, e que a Móveis CIMO S.A. aproveitou como recurso publicitário.

FIGURA 74 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.

— CONHEÇA OS MODELOS CIMO: (2)

- POLTRONA ROXY estofada, cem por cento anatômica
- Confeção inteiramente em imbúia
- Assentos estofados dotados de 15 molas bicônicas com entrelaçamentos especiais de espirais, fabricados com arame de aço especial de primeira qualidade.
- Cavaletes tecnicamente fabricados no sentido de facilitar a colocação em curvas fechadas, para melhor visibilidade.

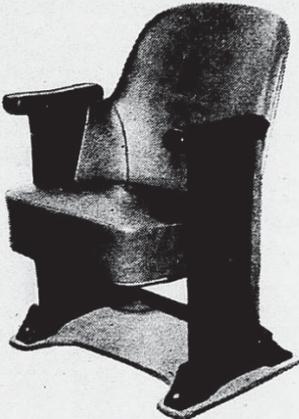
● Com o modelo Roxy estofado já foram montados importantes cinemas:

Em S. Paulo — Cine Arlequim, da Cia. Cinemat. Serrador (1.800 lugares)
 — Cine Joia, de M. do Carmo Cerqueira Cezar e outros (1.000 lugares)
 — Cine Plaza, da Empresa Cine Plaza Ltda. (1.500 lugares)

Em Uberlândia — Cine Regente, da Empresa Teatral Paulista (1.200 lugares)



MOVEIS CIMO S. A.



— MATRIZ: Cx. Pt. 13 - Curitiba - Paraná — FILIAIS SAO PAULO: Av. Duque de Caxias, 89 — CURITIBA: R. Barão do Rio Branco, 158 — BELO HORIZONTE: Rua Carijós, 101
 RIO DE JANEIRO — RUA DOS INVÁLIDOS, 139 — JOINVILLE: Rua São Pedro, 160

FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 06 jun. 1955, p. 7. HDB.

Outro exemplo de customização foi realizado para o Cine Paulista, inaugurado em 1955, na esquina da Rua Augusta com a Oscar Freire. Segundo reportagens do período, noticiava-se que a região da Rua Augusta e do Bairro dos Jardins se converteriam a uma nova Cinelândia. A sala era de propriedade de J.B. Andrade, que nesse período fazia parte do circuito da Cia. Cinematográfica Serrador.

A sala, portanto, prometia ser uma novidade, e esperava-se que as poltronas acompanhariam essa expectativa. No dia 26 de março de 1955 foi noticiado no *Cine-Repórter* a assinatura do contrato das poltronas. Ocupando 2/3 de página, o anúncio estava acompanhando do título:

“CINE PAULISTA – Um dos melhores da America do Sul – Situa-se tambem na nova Cinelandia Paulista, à Rua Augusta. Poltronas especiais dotadas de molejos nos assentos e encostos representam a colaboração valiosa de Móveis CIMO S.A.” (CINE, 1955, p. 5).

A fotografia que acompanha o anúncio é um pouco tem uma particularidade. Não uma ilustração da poltrona, mas a presença da própria poltrona (figura 75). Em pé está Antônio Bastos, encarregado do setor de poltronas de cinema da Móveis CIMO S.A; sentado, no meio, José Luiz de Andrade, filho de J.B. Andrade; e a direita, Candinho Vaz da Silva, inspetor geral de vendas da Móveis CIMO S.A. A poltrona compõe essa fotografia, como uma personagem.

FIGURA 75 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.



A poltrona, nesse caso, não figurou na notícia por acaso. Foi uma poltrona altamente customizada. Além das melhorias e inovações presente no sistema de molas, para potencializar o conforto, a cobertura foi projetada para que tivesse as cores da bandeira paulista: preto e branco (afinal, o nome da sala era Cine Paulista).

Tanto que, na notícia da inauguração da sala, em 21 de maio de 1955, o *Cine-Repórter* destaca que o Cine Paulista foi inaugurado na “metrópole bandeirante”. A figura do bandeirante estava em evidência nesse período, como será visto no capítulo 4, por conta dos festejos do IV Centenário da Cidade de São Paulo. Em duas páginas da notícia da inauguração, uma era só dedicada às poltronas, que foi, de fato, bem recebida por seu apelo da identidade paulista (figura 76). As poltronas são fotografadas, e expostas na notícia, em três ângulos distintos (algo incomum em notícias e publicidades sobre poltronas).

O texto que acompanha a notícia relata que a ideia da cobertura que simulava a bandeira paulista foi uma ideia de J. B. Andrade, mas que a Móveis CIMO S.A. contribuiu ao acatar a sugestão.

O sr. José Burlamaqui Andrade, titular da firma proprietária do novo cinema, foi quem idealizou um modelo especial de poltronas, dotado de molejos nos assentos e encostos, confeccionado em imbuia fôscas e apresentando um toque inédito de originalidade – a cobertura em plástico listrado, representando as côres da bandeira paulista. Destarte, o requinte artístico da apresentação da platéia desse importante casa de espetáculos, se completou com o conforto e a beleza das renomadas POLTRONAS <<CIMO>> (INAUGURADO, 1955, p. 8).

É possível medir a importância desse fato por sua recorrência na imprensa especializada. No dia 25 de junho de 1955, a Móveis CIMO S.A. publicou um anúncio de página inteira com a reprodução de uma carta recebida de J.B. Andrade (figura 77). Na carta, enviada em 09 de maio de 1955,¹²² J. B. Andrade dizia que aproveitava a oportunidade “para felicitar Vv. Ss. pelo **maravilhoso efeito**, confôrto e luxo que as poltronas fornecidas por esta firma proporcionaram àquele nosso cinema” (MARAVILHOSO, 1955, p. 83). Nota-se que o “maravilhoso efeito”, ou seja,

¹²² Ainda que temporalmente distante do evento da inauguração, a Móveis CIMO S.A. pode ter deixado para publicar essa carta apenas nessa data porque foi uma edição comemorativa do *Cine-Repórter*, de 21 anos de existência do periódico, ou seja, mais visível e também com um tema relacionado ao sucesso empresarial, longevidade e prestígio.

a customização foi um ponto alto da inauguração do cinema e do que se seguiu na imprensa.

FIGURA 76 - INAUGURAÇÃO DO CINE PAULSITA



Esplendida visão da platéia do "Cine Paulista", vendo-se a tla.



O sr. José Burlamaqui Andrade, titular da firma proprietária do novo cinema, foi quem idealizou um modelo especial de poltronas, dotado de molejos nos assentos e encostos, confeccionado em imbuia lsca e apresentando um toque inédito de originalidade — a cobertura em plástico listrado, representando as cores da bandeira paulista.

Destarte, o requinte artístico da apresentação da platéia dessa importante casa de espetáculos, se completou com o conforto e a beleza das renomadas

POLTRONAS «CIMO»



Dois magníficos aspectos da platéia do "Cine Paulista". De linhas impecáveis, indistngavel elegância e vistvel conforto, essas luxuosas poltronas evidenciam, cada vez mais, a sólida e esmerada confecção de

MOVEIS CIMO S. A.

21 de Maio de 1955

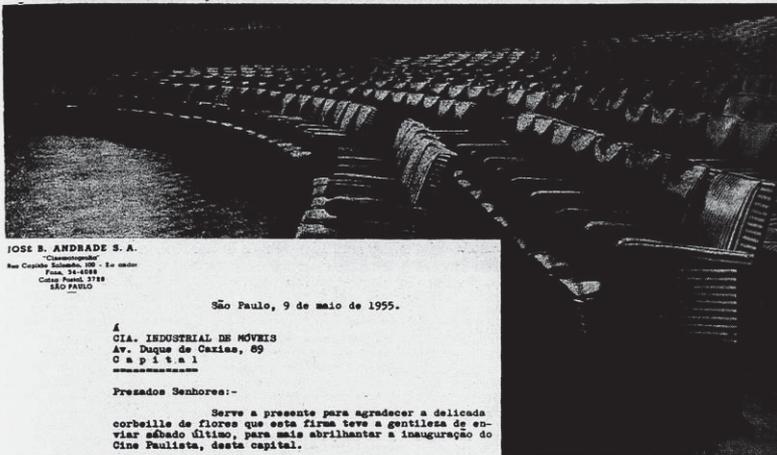
« CINE-REPORTER »

— 9 —

FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 21 mai. 1955, p. 9. HDB.

Assim, percebe-se que esse campo de pesquisa, o fornecimento de mobiliário para cinema, tem muitas possibilidades de potencializar a pesquisa da história da exibo cinematográfica, em seus diversos desdobramentos: o cinema como espaço de estabelecimento de relações comerciais, como patrimônio, como espaço de memórias.

FIGURA 77 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.



JOSE B. ANDRADE S. A.
"Cine-repórter"
Rua Capote, 100 - 1º andar
Faxa, 24-4224
Cine Pirelli 2748
SÃO PAULO

São Paulo, 9 de maio de 1955.

A
CIA. INDUSTRIAL DE MÓVEIS
Av. Duque de Caxias, 89
C a p i t a l

Prezados Senhores:-

Serve a presente para agradecer a delicada corbeille de flores que esta firma teve a gentileza de enviar sábado último, para mais abrilhantar a inauguração do Cine Paulista, desta capital.

Aproveitamos a oportunidade para felicitar Vr.Ss. pelo maravilhoso efeito, conforto e luxo que as poltronas fornecidas por esta firma proporcionaram àquele nosso cinema.

Com os protestos da nossa estima e consideração, firmamo-nos,

atenciosamente,

Jose B. Andrade

«...maravilhoso efeito, conforto e luxo...»

Partindo de um exibidor da autoridade e conceito do sr. José Burlamaqui Andrade, tais referências, por si só, evidenciam o alto Padrão de qualidade atingido pelas Poltronas Cimo.

Os dizeres constantes da carta acima traduzem o entusiasmo de um expoente da cinematografia brasileira ao inaugurar-se o Cine Paulista — uma das melhores casas de espetáculos da America do Sul.



MOVEL CIMO S. A.

● MATRIZ: Cx. Pt. - Curitiba - Paraná ● FILIAIS SÃO PAULO: Av. Duque de Caxias, 89 ● CURITIBA: Rua B. do Rio Branco, 154 ● BELO HORIZONTE: Rua Carijó, 181 ● JOINVILLE: Rua São Pedro, 160

RIO DE JANEIRO — RUA DOS INVALIDOS, 139

FONTE: Cine-repórter: Semanário Cinematográfico. 25 jun. 1955, p. 83. HDB.

Nesse sentido, foi possível também observar que a Móveis CIMO S.A. possuía e mantinha uma estreita e complexa relação com o mercado exibidor, desde pequenas salas a grandes circuitos. Seu sucesso empresarial foi possível, em certa medida, por conta de uma rede formada em outros ramos, como a construção, a imprensa e o poder público.

Mas, além disso, verifica-se o uso de diversas estratégias publicitárias que aproximava a fábrica com o cinema, enquanto linguagem e experiência estética, além dos elementos acerca do espaço construído para a necessidade específica do filme, que demandava um mobiliário confortável, seguro e durável.

A contribuição da Móveis CIMO S.A. para o mercado exibidor reside na garantia que a fábrica supriria a alta demanda do mercado exibidor nacional (haja vista o aumento de construção de salas pelo Brasil e de encomendas) além de colaborar, enquanto indústria correlacionada, com a atividade cinematográfica.

Esses registros acerca da fábrica possibilitam também novas formas de abordagem da historiografia em relação à história da exibição, pois a publicidade de uma indústria fornecedora de equipamentos mobiliza detalhes que muitas vezes são ignorados ou simplesmente não encontrados (imagens internas das salas de cinema; disposição do mobiliário e decoração; minúcias comerciais, como modelos, empresas envolvidas, preços).

3.3 “ÊLES SÃO EXIGENTES”

Outro anúncio que tinha esse perfil de destaque, ou seja, publicado em mais de um veículo, com forte apelo publicitário e ocupando uma página inteira, foi divulgado no *Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico* em 27 de dezembro de 1958, na edição comemorativa de Natal e ano novo (figura 78).

Na porção superior da peça publicitária o título em destaque, “Êles são exigentes..!”, acompanhado por uma fotografia de dois olhos arregalados em *close-up*. Logo abaixo, o restante do título, “...e não se concentram somente na tela”, colado a um texto e rodeado por três poltronas em diferentes ângulos: “Os olhos do espectador NOTAM que as poltronas CIMO para cinemas são funcionais e construídas dentro dos mais rígidos princípios da técnica moderna. As poltronas CIMO apresentam aparência primorosa, além de completo conforto” (ÊLES, 1958, p. 31).

Esse anúncio se destaca por promover inovações em relação ao padrão publicitário habitual, e desvela algumas contradições acerca da visibilidade da poltrona de cinema, discutida na introdução.

Exceto os anúncios com perfil de notícia, esse é um dos únicos em que é utilizada uma fotografia de uma figura humana, ou, ao menos, parte de uma expressão humana – o olhar.

O historiador Carlo Ginzburg debate a questão do olhar no ensaio “*Seu país precisa de você*”: *um estudo de caso em iconografia política*, fruto de uma comunicação proferida no *Raphael Samuel Memorial Lecture*, em 2000, em Londres.

O texto foi publicado em 2001, na *History Workshop Journal* (periódico fundado por Raphael Samuel), e trata, sobretudo, do percurso de imagens, a partir das ferramentas analíticas de Aby Warburg.

FIGURA 78 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.

ÊLES SÃO EXIGENTES..!



... E NÃO SE CONCENTRAM SÔMENTE NA TELA.

Os olhos do espectador NOTAM que as poltronas CIMO para cinemas são funcionais e construídas dentro dos mais rígidos princípios da técnica moderna. As poltronas CIMO apresentam aparência primorosa, além de completo conforto.

Ao escolher poltronas CIMO o exibidor tem à sua disposição uma equipe especializada, com longa prática na instalação de cinemas e teatros, pronta a prestar-lhe todos os esclarecimentos necessários ao perfeito planejamento, instalação e manutenção de sua sala de espetáculos.

MÓVEIS CIMO

MATRIZ: Curitiba - Caixa Postal. 13 — Fábricas: Curitiba - Joinville - Rio Negro
No R. de Jesus: R. dos Inválidos, 139 — Em S. Paulo: Av. D. de Cássia, 89 - Cx. P. 6612



FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 27 dez. 1958, p. 31.

Ginzburg realizou a análise de uma imagem específica: um cartaz produzido em setembro de 1914, no contexto do início da Primeira Guerra Mundial, para o recrutamento de voluntários na Inglaterra. A imagem é composta por uma figura central, o Lord Kitchener, que foi secretário de Guerra da Inglaterra entre 1914 e

1916. Logo no início do texto, Ginzburg pontua: “o que me diz respeito hoje não é a realidade, mas, num sentido mais literal, a imagem: o próprio cartaz, visto tanto como resultado quanto como catalisador de uma série de intrincados processos (GINZBURG, 2014, p. 63).

Para compreender e explicar o cartaz de Lord Kitchener, Ginzburg, a partir de Warburg, busca encontrar modelos pictóricos no universo clássico, uma vez que o cartaz teve um grande apelo em seu contexto, tanto na imprensa como nas ruas de Londres.

Um elemento, ou um gesto, dessas imagens era justamente a questão do olhar das figuras humanas. E o próprio autor reconhece que o apelo visual do cartaz de Lord Kitchener, durante a primeira guerra, ainda que com referências clássicas, poderia ter a formação de seu “ambiente visual” na publicidade da virada do século XIX para o século XX (GINZBURG, 2014, p. 88), que potencializa o olhar ubíquo como recurso pictórico.

O anúncio da Móveis CIMO S.A., no fim da década de 1950, re-insere o olhar ubíquo, inclusive, de modo desproporcional em relação aos demais elementos (as poltronas), e sugere intensidade e onisciência; além disso, possibilita a sensação de que as coisas estão sendo vistas simultaneamente (tanto a tela como as poltronas).

Há também o olhar direto ao leitor, sugerindo autoridade (caso semelhante do analisado por Ginzburg), nesse caso, também uma autoridade de gosto sobre as poltronas. Mas, diferente da figura analisada por Ginzburg, o Lord Kitchener, no caso do anúncio da Móveis CIMO S.A. o olhar não pertence a uma figura conhecida ou a um corpo: representa um espectador genérico.

Assim, o conjunto do anúncio (imagens e textos), realizam uma construção narrativa acerca de uma experiência visual completa na atividade de ir ao cinema, não apenas sobre o filme, mas com a consciência, mesmo que em um uso durante a penumbra, de um móvel com detalhes e atributos estéticos legítimos para o ambiente da sala (moderno, com bom gosto e funcional). A tela e a sala, o filme e a poltrona, o espetáculo e o conforto estão, dessa forma, intimamente relacionados e proporcionam, nesse binômio, uma experiência íntegra. Na hierarquia de destaques do anúncio, por fim, há um texto de temática estritamente técnica:

Ao escolher poltronas CIMO o exibidor tem à sua disposição uma equipe especializada, com longa prática na instalação de cinemas e teatros, pronta a prestar-lhe todos os esclarecimentos necessários ao perfeito planejamento, instalação e manutenção de sua sala de espetáculos (ÊLES, 1958, p. 31).

O mesmo anúncio foi publicado na revista *O Exibidor* em 1959, em cores e com alguns elementos gráficos novos, que destacam ainda mais as figuras das poltronas (figura 79).

FIGURA 79 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.

ÊLES SÃO EXIGENTES..!



... E NÃO SE CONCENTRAM SÔMENTE NA TELA.

Os olhos do espectador NOTAM que as poltronas CIMO para cinemas são funcionais e construídas dentro dos mais rígidos princípios da técnica moderna.

As poltronas CIMO apresentam aparência primorosa, além de completo conforto.

Ao escolher poltronas CIMO o exibidor tem à sua disposição uma equipe especializada, com longa prática na instalação de cinemas e teatros, pronta a prestar-lhe todos os esclarecimentos necessários ao perfeito planejamento, instalação e manutenção de sua sala de espetáculos.

MÓVEIS CIMO

MATRIZ: Curitiba - Caixa Postal 13 - Fábrica: Curitiba - Joinville - Rio Negro
No R. de Joneiro: R. dos Lavadores, 139 - Em S. Paulo: Av. D. de Góes, 69 - Cx. P. 6612



FONTE: *O Exibidor*. Out. 1959, p. 39.

Há outro exemplo em que a Móveis CIMO S.A. explora a fotografia de pessoas e seu material publicitário, não propriamente em jornal ou revista, mas em um catálogo de poltronas de cinema (figura 80).

FIGURA 80 - CATÁLOGO DA MÓVEIS CIMO S.A.



FONTE: Catálogo Móveis CIMO S.A. Sem data.

Intitulado “Ambientes CIMO projetam conforto”, sem data específica (mas, provavelmente, impresso após 1960, pois divulgava modelos de poltronas que homenageavam a construção da então nova capital, Brasília, inaugurada em abril de 1960), havia no verso uma página que continha uma fotografia que clicava de cima a plateia de uma sala de cinema.

Ainda que os rostos não sejam revelados, é um dos raros registros de uso das poltronas CIMO (figura 81). O enquadramento, a partir do “olhar de cima” evidencia a regularidade das fileiras e das poltronas e como os espectadores se distribuem no espaço: uma marca visual que sugere simetria, repetição e preenchimento. Há a síntese do espaço coletivo da sala de cinema aparentemente lotada, em que os olhares são orientados para a tela, a partir da poltrona simetricamente alinhada.

FIGURA 81 - CATÁLOGO DA MÓVEIS CIMO S.A.



Visando dotar suas Poltronas de Cinema, com o máximo de beleza e perfeição, MÓVEIS CIMO se tem esmerado em criar sempre novos modelos e estilos, a fim de proporcionar maior conforto e estética aos Cinemas e Teatros do Brasil.

Para um Cinema de alta classe - somente as POLTRONAS CIMO, que completam e valorizam o prazer dos expectadores.

MATRIZ: Caixa Postal, 13 — Curitiba
RIO DE JANEIRO: Rua dos Inválidos, 139
SÃO PAULO: Av. Duque de Caxias, 89
BELO HORIZONTE: Rua Carijós, 101
CURITIBA: Rua Barão do Rio Branco, 158
LONDRINA: Avenida Paraná, 77/81
JOINVILLE: Rua São Pedro, 160
FLORIANÓPOLIS: Rua Jerônimo Coelho, 5
PORTO ALEGRE: Rua dos Andradas, 926
Revendedores em todo o Brasil.

MÓVEIS CIMO

FONTE: Catálogo Móveis CIMO S.A. Sem data.

A opção pelo enquadramento (figura 82), omitindo os rostos dos espectadores, contribui para uma homogeneização do indivíduo, e sugere, ao meus visualmente, que a experiência se realiza em um espaço em que o público atua como conjunto e de modo confortável. Ou seja, a mensagem é de um espetáculo bem-sucedido, com o público presente e com uma forma prazerosa de ocupação do espaço. Tais elementos são confirmados no texto presente no catálogo.

FIGURA 82 - CATÁLOGO DA MÓVEIS CIMO S.A.



FONTE: Catálogo Móveis CIMO S.A. Sem data.

Visando dotar suas Poltronas de Cinema, com o máximo de beleza e perfeição, MÓVEIS CIMO se tem esmerado em criar sempre novos modelos e estilos, a fim de proporcionar maior conforto e estética aos Cinemas e Teatros do Brasil. Para um Cinema de alta classe – somente as POLTRONAS CIMO, que completam e valorizam o prazer dos espectadores (CATÁLOGO, sem data).

Os atributos da beleza, perfeição, conforto, estética e prazer são acompanhados no catálogo pela profusão de modelos (figura 83). Além dos diversos modelos já conhecidos, como dito anteriormente, essa peça apresentava poltronas inspiradas em Brasília, símbolo síntese de atividade moderna e urbana.

FIGURA 83 - CATÁLOGO DA MÓVEIS CIMO S.A.



FONTE: Catálogo Móveis CIMO S.A. Sem data.

4 ENTRE FESTAS E MEMÓRIAS: MÓVEIS COMO CELEBRAÇÃO

O IV Centenário da Cidade de São Paulo, ocorrido em 1954, foi fruto de um intrincado processo de representações, realizações e compreensões da memória coletiva da cidade de São Paulo. O recorte aqui é a relação da fábrica Móveis CIMO S.A. com os festejos do IV Centenário da Cidade de São Paulo, e de forma especial, com o evento do Ballet do IV Centenário,¹²³ episódio que foi ladeado de discussões políticas e culturais e que a fábrica participou como fornecedora e promotora de imagens.

Durante as décadas de 1940 e 1950 a Móveis CIMO S.A. obteve a maior parte do mercado de salas de cinema e espetáculos no Brasil, e no contexto das celebrações do IV Centenário da Cidade de São Paulo, organizado desde o início da década de 1950, fez parte de um rol de empresas que forneceram equipamentos para os escritórios da Comissão do IV Centenário e para diversos festejos do evento esperado pela efeméride do município que pretendia despontar como centro moderno, industrial, científico e cultural do país (LOFEGO, 2000, p. 306).

O provimento de poltronas para as apresentações do Ballet do IV Centenário, marcado por mudanças de locais e adiamentos, foi um ponto chave de um processo comercial e afirmação de símbolos. Por ter sido um contrato de empréstimo, a Móveis CIMO S.A., associou-se de forma mais direta à celebração e buscou aproximar a marca não apenas do mercado local, mas como uma colaboradora dos festejos e da memória da cidade (LOFEGO, 2004, p. 140).

Tal prática era comum a diversas empresas paulistas e paulistanas, como analisado por Silvio Luiz Lofego, no sentido de que parte da indústria de São Paulo nos discursos publicitários “coloca-se como herdeira dos passos do bandeirante e pretende, a exemplo do herói sertanista, levar seus produtos a todo o país” (2004, p. 134).

¹²³ Ainda que a análise se centre no Ballet do IV Centenário, é necessário pontuar que diversos eventos ocorriam para a divulgação e o crescimento da cultura cinematográfica, como é o caso do I Festival Internacional de Cinema do Brasil, organizado para integrar os festejos do IV Centenário da Cidade de São Paulo. O pesquisador Rafael Zanatto que o festival foi significativo uma vez que pautou uma seleção de filmes europeus clássicos, contribuiu para a aquisição de cópias e possibilitou experiência a uma diversa equipe na construção de festivais posteriores (ZANATTO, 2021, p. 125). O Festival ocorreu no Cine Marrocos, que era mobiliado com poltronas BRAFOR.

No entanto, a Móveis CIMO S.A. - ainda que fosse uma empresa conhecida no mercado paulista - foi fundada em Santa Catarina e nesse período havia instalado sua sede em Curitiba (PR), e assim alimentava outras tensões que precisam ser consideradas nesse contexto celebrativo, como por exemplo, a ausência de símbolos que faziam parte da propaganda e do imaginário do IV Centenário, como o bandeirante, os jesuítas fundadores (Anchieta e Manuel da Nóbrega) e os indígenas (LOFEGO, 2004, p. 33). Dessa forma, ao publicizar suas ações nas comemorações, recorreu a outras representações e discursos.

Tanto as discussões redigidas em colunas acerca do Ballet do IV Centenário, como a divulgação das ações da Móveis CIMO S.A. em notícias e anúncios publicitários, ocorreram em jornais impressos de grande circulação (*Correio Paulistano* e *Diário da Noite*) e especializados (*Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico*), além de ter sido pauta da imprensa televisionada (*O Seu Repórter Esso*).

Além de posicionamentos e ideias, há também uma compreensão mais específica sobre os jornais, uma vez que são “empresas industriais voltadas para a cultura de massas – afirma-se uma inserção econômica a considerar, o que inclui a relação do jornal com ‘anunciantes’” (BARROS, 2023, p. 152).

Os materiais publicitários, no entanto, mesmo sendo veiculados em jornais e lidos no conjunto da publicação, possuem formas específicas de interpretação, pois mobilizam recursos, discursos e técnicas diversas (por exemplo, uma complexa articulação entre imagens e textos) (SANT’ANNA, 1997, p. 97).

Análises no campo da sociologia e da História do Design colaboram com a compreensão da profissionalização e da produção da publicidade no Brasil (que, inclusive, atingem uma das etapas mais sólidas na década de 1950). Nesse sentido, as obras de Maria Arminda do Nascimento Arruda, *A embalagem do sistema: a publicidade no capitalismo brasileiro*, e de Gilles Lipovetsky e Jean Serroy, *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*, aprofundam tais reflexões.

As particularidades da produção de material publicitário sobre o evento do Ballet do IV Centenário revelam, como exposto a seguir, que a Móveis CIMO S.A. preocupou-se com a construção de um discurso que não direcionava apenas para a venda de um produto, mas a atributos relacionados a uma ideia de modernidade e a características que a faziam participante da memória do aniversário de quatro séculos da cidade, a partir da divulgação de um empréstimo de poltronas.

Também a Comissão do IV Centenário da Cidade de São Paulo produziu uma massa documental considerável por conta da atividade burocrática: memorandos, pedidos de compra, autorizações, orçamentos, ordens de pagamentos, notas fiscais etc. Tais registros estão sob a guarda do Arquivo Histórico Municipal de São Paulo, e podem ser lidos a partir de uma abordagem das relações comerciais mediadas por discursos culturais, como é o caso do processo sobre os percalços que envolveram o Ballet do IV Centenário e as negociações com a Móveis CIMO S.A.¹²⁴

A partir da leitura desse conjunto de fontes, busco, neste capítulo, compreender como ocorreu a publicização da atuação da Móveis CIMO S.A. no contexto da organização do espaço do Ballet do IV Centenário, tanto em seu caráter celebrativo, comercial e de mobilização de imagens e memória coletiva.

Um dos argumentos é que a fábrica conquistou espaço em uma complexa rede de negócios, que envolvia diversos agentes, como comerciantes, gestores públicos e veículos da imprensa, a partir de um discurso que articulava indústria e arte.

4.1 “SÃO PAULO VAI DANDO SUAS FESTAS EM LUGARES INADEQUADOS”

Desde o início da década de 1950 a imprensa paulistana destacava notícias, colunas e cartas de leitores sobre a reforma do Theatro Municipal. Nota-se que a discussão não foi centrada apenas na necessidade técnica de restauração, limpeza e reparos estruturais, mas também porque os agentes políticos da municipalidade, artistas e a opinião pública ansiavam que aquele seria o espaço que sediaria eventos relacionados ao IV Centenário da Cidade de São Paulo, em 1954.¹²⁵

¹²⁴ Inclusive, é um dos poucos registros fiscais conservados da Móveis CIMO S.A., pois no Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho, que recebeu a maior parte do acervo da fábrica, tal documentação é irrisória.

¹²⁵ O Theatro Municipal começou a ser construído em 1903 pelo escritório F. P. Ramos de Azevedo & Cia., liderado por Ramos de Azevedo, e foi entregue em 1911. É reconhecido pela questão do espaço que ocupa no centro da cidade de São Paulo, como também de eventos que já sediou, entre eles, a Semana da Arte Moderna de 1922. A primeira grande reforma começou a ser discutida em 1950, a partir do Projeto de Lei nº 487 de 20 de setembro de 1950 (posteriormente arquivado), de autoria dos vereadores Pedro Brasil Bandecchi e Higinio Pellegrini, que pretendia abrir concorrência pública para a reforma. A reforma só foi iniciada em 1952, após a criação da Comissão para a Reforma do Theatro Municipal (CRTM). A obra foi administrada pela Severo e Villares S.A., empresa que continuou o trabalho da F. P. Ramos de Azevedo & Cia. (TEATRO, 1956, p. 168).

A questão da reforma foi discutida em diferentes âmbitos durante a gestão de Armando de Arruda Pereira (1889-1955) - prefeito nomeado pelo governador Lucas Nogueira Garcez (1913-1982) - em exercício de 1951 a 1953, e na gestão de Jânio Quadros (1917-1992), eleito em 1953 e em exercício até 1955. Alguns grupos questionavam o valor da reforma, outros, a questão da descaracterização do edifício e do espaço. A intenção, a partir da municipalidade, era demonstrar cuidado com um edifício símbolo e entregá-lo em um momento de comemoração da cidade, tradicional e moderna, mas a necessidade de melhorias era urgente e estava nos debates políticos desde a década de 1940 (COSTA, 2017, p. 579).

Homero Silva (1918-1981), vereador udenista na legislatura de 1952 a 1955, comunicador e âncora de programas de estações de rádios e na televisão (e que foi escalado para cobrir, pela TV Tupi, os eventos do IV Centenário) publicou um texto no jornal Diário da Noite (em que mantinha uma coluna chamada “Do plenário da Câmara”), em 21 de agosto de 1952, para discutir a falta de teatros e espaços para apresentações em São Paulo¹²⁶ e a questão da reforma do Theatro Municipal.

Foi amplamente anunciada e defendida a necessidade de uma reforma em nosso principal Teatro. De pleno acôrdo. O Teatro Municipal de São Paulo, sendo como é, verdadeira relíquia artística de São Paulo tem direito a uma atenção especial do Executivo. Resta saber qual o intuito da reforma. Pretendem alterar-lhe a forma e a tradição ou querem apenas realizar um trabalho de conservação daquele patrimônio do Município? Torna-se necessário estabelecer o limite exato dessas intenções. São Paulo, há muito, se ressentido da falta de bons teatros. O [Theatro] Municipal é o derradeiro recurso desta cidade, chamada a capital artística do país, para apresentações daquelas que enobrecem a cultura artística de um povo. As notícias a respeito da reforma não são animadoras. Anuncia-se que surgiram desentendimentos entre os engenheiros responsáveis pela tarefa, que interessa intimamente aos paulistanos que há mais de 40 anos estão habituados a respeitar o venerável edifício da praça Ramos de Azevedo. De outro lado não há índices seguros de que a reforma possa estar concluída em 1954, por ocasião do 4º centenário. Qual é, afinal, o verdadeiro plano da reforma? Trata-se de uma restauração, de uma limpeza, de um aprimoramento das condições do teatro ou querem modernizá-lo à maneira louca de renovadores inconscientes e separados da tradição? (SILVA, 1952, p. 7).

¹²⁶ O jornalista Roberto Pompeu de Toledo, na obra *A Capital da Vertigem: uma história de São Paulo de 1900 a 1945*, em um capítulo sobre as artes na cidade, pontua (de maneira anedótica) que espetáculos, exposições e eventos eram articulados a partir de uma complexa rede de beneméritos, e narra uma passagem de uma manifestação de profissionais de teatro e circo ocorrida em 1946, justamente acerca da falta de espaços adequados para essas expressões, enquanto as salas de cinema se multiplicavam – e o Theatro Municipal acolhia apenas espetáculos musicais (TOLEDO, 2015, p. 477).

O receio de Homero Silva acerca do atraso se converteu em realidade. A reforma do edifício do Theatro Municipal foi concluída apenas em 1955. No momento da publicação do texto, não havia a programação para os festejos do IV Centenário, mas Silva expôs a intenção de que era um local esperado. Além disso, é fundamental observar que a imprensa enquanto fonte histórica deve ser lida e operada em uma chave crítica, pois mesmo com aparência de autônoma, não era isenta, e participava do debate público com posicionamentos e incidência (desde seus editores, colunistas, anunciantes etc.).

Assim, Homero Silva tinha a seu dispor a tribuna da Câmara Municipal e o espaço da coluna em um jornal de grande circulação, e suas preocupações a respeito dos planos da reestruturação e da manutenção da tradição (que reforçou em dois momentos do texto), em contraposição a uma modernização, devem ser ponderadas nas relações de poder político naquele contexto.¹²⁷

Com o atraso, restou, para a administração municipal, a responsabilidade pela inoperância e incompetência, e abriu-se para a Comissão do IV Centenário a demanda da busca de outros espaços na cidade para comportar as atividades primeiramente organizadas e planejadas para o Theatro Municipal.

A indefinição acerca da conclusão das obras fez com que um dos festejos programados para celebrar os 400 anos de São Paulo, o Ballet do IV Centenário, fosse realocado para o Ginásio do Complexo Esportivo do Pacaembu. O corpo de Ballet foi criado em 1953, pela Comissão do IV Centenário (entidade autárquica segundo a Lei nº 4166, de 29 de dezembro de 1951) durante a presidência de Francisco Matarazzo Sobrinho (1898-1977), o Ciccillo Matarazzo.

A presidência de Ciccilo Matarazzo durou de 29/12/1951 a 03/03/1954. José Carlos Durand na obra *Arte, privilégio e distinção: artes plásticas, arquitetura e classe dirigente no Brasil, 1855/1985*, a partir da sociologia das artes, faz uma análise interessante sobre a nomeação de Matarazzo para a comissão.

¹²⁷ Por outro lado, as hipóteses da descaracterização ou demolição eram plausíveis, uma vez que a partir da década de 1930 a cidade de São Paulo passou por reformulações urbanas por conta do Plano de Avenidas do Prefeito Prestes Maia (1896-1965), em que mudanças de vulto ou até a derrubada de edifícios ocorreram de forma generalizada, para garantir a implementação de um plano urbanístico pautado na organização de um perímetro de irradiação e um novo traçado urbano que priorizava o alargamento de ruas para o transporte viário individual (SANTORO, 2004, p. 114-115).

Francisco Matarazzo era filho de imigrantes italianos e do campo industrial¹²⁸ e que, anos depois, mobilizou instituições como a Bienal de São Paulo e o Museu de Arte Moderna de São Paulo. Ainda que mantivesse boas relações com a classe política paulista (prefeito e governador), sua nomeação foi permeada por protestos, pois, por mais que sua família fizesse parte da classe dirigente econômica, não fazia parte das tradicionais linhagens ditas quatrocentonas (DURAND, 1989, p. 132).

Talvez a manutenção de sua nomeação foi possível por conta de seu casamento com Yolanda Penteado (1903-1983), representante das elites paulistas. Essa reflexão é importante para pensar a própria atuação da Móveis CIMO S.A., visto que era uma empresa de fora buscando formas de participação nas celebrações.

Maria Cecília França Lourenço, sob uma perspectiva da história da arte do modernismo cultural, e a partir de uma revisão dessa história que levava em conta apenas eventos solidificados na historiografia (Semana de Arte Moderna, criação dos museus e da Bienal), buscou expandir a análise para outros processos que contribuíram para uma modernidade realizada no cotidiano.

Um desses processos, para a autora, é justamente o Ballet do IV Centenário, pois “os artistas das várias gerações modernas são convocados, numa demonstração do prestígio alcançado, bem como pela possibilidade de criação conjugada e em outra área, característica da arte moderna” (LOURENÇO, 1995, p. 238).

O coreógrafo húngaro, radicado na Itália, Aurel von Milloss (1906-1988) foi contratado para ensaiar o Ballet e criar 16 peças a partir de temas da cultura brasileira e um grande corpo de artistas foi chamado para trabalhar em figurinos, cenários, composições etc. Inicialmente com a intenção de ser um corpo de Ballet permanente, foi dissolvido no ano seguinte das apresentações, em 1955, por Jânio Quadros (MOURA, 2010, p. 42-43).

A mudança do espaço foi noticiada nos meios de comunicação com uma ênfase específica: a rapidez com que o ginásio foi transformado em um local improvisado para receber espetáculos. O que foi uma questão de falta de planejamento da prefeitura e da Comissão do IV Centenário, tornou-se, para outros

¹²⁸ Diferente da composição inicial, formada em 1948, basicamente, por agentes do poder público municipal, essa composição admitiu industriais, políticos e acadêmicos (LOFEGO, 2004, p. 40).

agentes, como cenógrafos, empresas de montagens de espetáculos e fabricantes de mobiliário, possibilidades de negócios e de reconhecimento público.

O Ballet do IV Centenário estreou sua programação no dia 6 de novembro de 1954. O crítico de arte Quirino da Silva (1897-1981),¹²⁹ dois dias após a primeira apresentação do Ballet, lançou seu comentário também no Diário da Noite, enfatizando questões sobre a mudança do local:

Os festejos em homenagem à cidade vão se processando, e as obras do Teatro Municipal, em virtude de sua ampliação, não poderão ser terminadas em tempo, e **São Paulo vai dando suas festas em lugares inadequados, e recebendo os convidados de honra na cozinha, isso porque a sua sala de visitas está em grandes reformas.** Mas, não é só: o eficiente e notável coreógrafo Miloss – uma das excelentes aquisições da Comissão do IV Centenário – há muito que vem preparando um corpo de 'Ballet' o qual deveria reinaugurar o Teatro Municipal, com a representação de vários bailados, com figurinos e cenários de autoria de artistas plásticos brasileiros. Era até mesmo do programa da Comissão dos Festejos levar esses bailados à cena em janeiro. Mas, em virtude de razões que ignoramos, o acontecimento foi adiado para agosto [...], de agosto passou para um mês qualquer de um ano qualquer. Miloss continua a sua árdua tarefa sem saber onde representar os seus bailados. Então, agora, a Comissão do IV Centenário, encarregou Aldo Calvo e [Mário] Civelli de fazerem um arranjo no Ginásio do Pacaembu, a fim de ali, serem representados três bailados. Aldo Calvo e Civelli fizeram milagre no Pacaembu. Estivemos lá nas vésperas da representação e ficamos surpresos com a adaptação feita por esses dois artistas. Pena que todo esse trabalho seja aproveitado apenas por quinze dias. Sim, porque os outros bailados serão levados à cena no Teatro Municipal do Rio de Janeiro. Parece piada, mas não é: São Paulo vai concluir as suas festas na sala de visitas do vizinho (SILVA, 1954, p. 4, grifo nosso).

O desapontamento do crítico foi inicialmente revelado a partir da comparação do espaço que estava cotado para o Ballet e o local em que realmente ocorreu. Segundo parâmetros dos segmentos médios paulistanos do período, a sala de visitas representava o ambiente de sociabilidade a partir de símbolos que compunham um cenário de distinção, conforto, acolhimento e uma combinação de erudição e descontração. Já a cozinha representava o espaço do trabalho, e, assim, a possibilidade da sujeira, da fumaça, de odores etc. A troca do Theatro Municipal (edifício do início do século) para um Ginásio de Esportes (inaugurado em 1940)

¹²⁹ Segundo Maria Cecília França Lourenço, Quirino da Silva era contratado para produzir o figurino de Sonata de Angústia, um dos programas do Ballet do IV Centenário, mas foi substituído por Darcy Penteado (1926-1987), sem explicações acerca dos motivos (LOURENÇO, 1995, p. 244).

chocou a crítica e demais apreciadores, além do caráter provisório de toda essa mobilização.

Há também uma ambiguidade no texto, que pode ser proposital, visto que ele afirma que Aurel von Millos ainda estava passando por incertezas acerca do local de apresentação, mas, no mesmo texto, o crítico afirmou que havia visitado o ginásio na véspera.

Por fim, Quirino da Silva pontua que o “milagre” realizado por Aldo Calvo (1906-1991) - cenógrafo e figurinista italiano - e Mário Civelli (1923-1993) - cineasta e fundador da Multifilmes - foi a entrega do espaço do ginásio em tempo para a apresentação, inclusive com o mobiliário da plateia instalado, fornecido pela Móveis CIMO S.A, e isso foi descrito pelo crítico como algo positivo.

No percurso da pesquisa sobre a Móveis CIMO S.A., um anúncio publicitário chamou a atenção (figura 84). Diferente dos assuntos mais recorrentes, como mobiliário para cinemas, escolas ou residenciais, a peça relacionava a fábrica com o IV Centenário da Cidade de São Paulo.

A partir daí, foi feita uma busca acerca desse tema, visto que se tratava de uma relação incomum acerca de um evento historicamente expressivo, e diversas fontes foram encontradas e sistematizadas, desde anúncios publicitários, notícias e vídeos, além da documentação de parte da relação comercial da Móveis CIMO S.A. com a Comissão do IV Centenário da Cidade de São Paulo, conservada no Arquivo Histórico Municipal de São Paulo.

O anúncio foi veiculado no periódico Folha da Manhã, no caderno de Assuntos Gerais. Em destaque constava: “UM RECORDE DE VELOCIDADE. Um auditório montado em apenas 40 horas!”.

Nota-se que essa peça publicitária assume para a empresa um papel de colaboração com os festejos do município, como está descrito no início do texto do anúncio, indicando um ato de associação voluntária.

Colaborando para o maior brilho dos festejos do IV Centenário da Cidade de São Paulo, Móveis CIMO, num verdadeiro recorde de rapidez, transformou, em apenas 40 horas, o Ginásio do Estádio Municipal do Pacaembú num belíssimo teatro, com capacidade para 2000 pessoas, para a apresentação do ‘Ballet do IV Centenário’ (UM RECORDE, 1954, p.5).

FIGURA 84 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.

UM RECORDE DE VELOCIDADE

Um auditório montado em apenas 40 horas!

Colaborando para o maior brilho dos festejos do IV Centenário da Cidade de São Paulo, Móveis Cimo, num verdadeiro recorde de rapidez, transformou, em apenas 40 horas, o Ginásium do Estádio Municipal do Pacaembú num bellissimo teatro, com capacidade para 2000 pessoas, para a apresentação do "Ballet do IV Centenário".

2 vistas do confortável auditório, instalado, em tempo recorde, no Ginásium do Estádio Municipal do Pacaembú.

MÓVEIS CIMO INSTALA EM CADA 2 DIAS UM CINEMA OU AUDITÓRIO

MÓVEIS CIMO

Av. Duque de Caxias, 89 São Paulo
Fones: 52-3336 e 52-1730

FONTE: Folha da Manhã. 27 nov. 1954, p. 5. Acervo Folha.

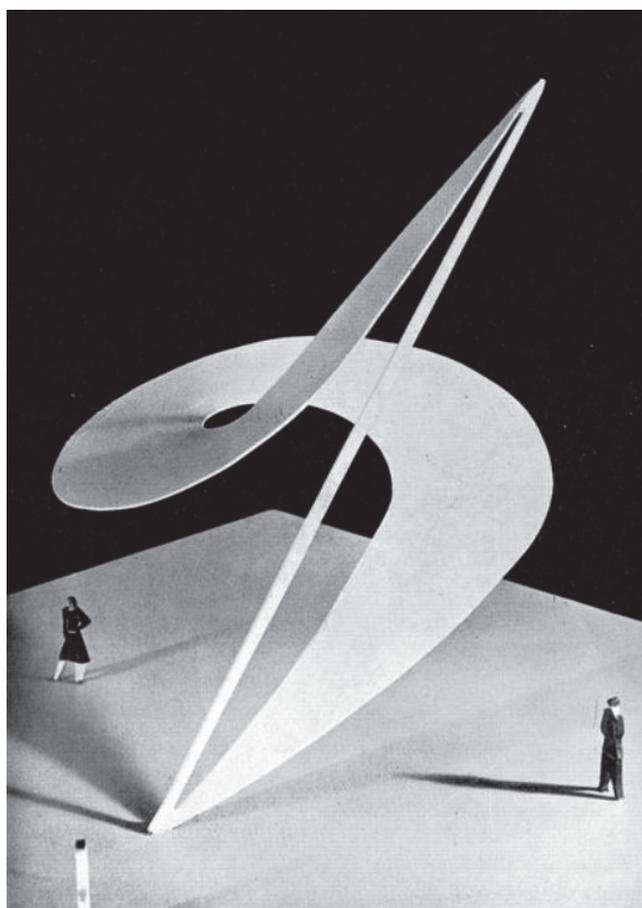
Outro texto em destaque atesta a suposta eficiência da fábrica: "MÓVEIS CIMO INSTALA EM CADA 2 DIAS UM CINEMA OU AUDITÓRIO" (UM RECORDE, 1954, p. 5). Este anúncio ocupava mais de $\frac{1}{4}$ de página da seção (que também era dedicada a artes, teatro, cinema, rádio e a coluna social), e era composto por elementos gráficos, desenhos, fotografias e textos.

O desenho de uma mão segura um cronômetro, enquanto o polegar aperta o botão de ativação/desativação. A mão está mesclada a uma forma de bumerangue em preto para dar destaque e dinâmica visual ao texto "UM RECORDE DE

VELOCIDADE”. Afinal, os recordes devem ser aferidos de forma criteriosa e com precisão, duas ideias relacionadas ao procedimento da Móveis CIMO S.A. que o anúncio exalta como característica intrínseca da fábrica.

A figura em formato de bumerangue também pode ser uma citação a um dos principais símbolos relacionados ao IV Centenário da Cidade de São Paulo, a voluta ascendente, ou a aspiral do IV Centenário, como é conhecida (figura 85), que já havia sido introduzida no conjunto dos símbolos desde a inauguração do Parque do Ibirapuera e da Exposição do IV Centenário.¹³⁰

FIGURA 85 - MAQUETE DA VOLUTA ASCENDENTE



FONTE: Revista Acrópole. Set. 1953, p. 209. Acervo Acrópole-FAU/USP.

¹³⁰ A Exposição do IV Centenário, após diversos adiamentos, foi inaugurada em 21 de agosto de 1954, junto com a abertura do Parque do Ibirapuera ao público. Uma das intenções era congrega representantes da indústria, comércio e serviços de São Paulo em um pavilhão próprio, e em outro pavilhão expositores do restante do país. Em pesquisa no catálogo da exposição, verificamos que a Móveis CIMO S.A. não foi uma expositora, mas havia diversas empresas do ramo de móveis (COMISSÃO DO IV CENTENÁRIO DE SÃO PAULO, 1954, p. 276-278).

Também há duas fotografias que ilustram, em dois ângulos diferentes, a montagem do auditório completo, com as poltronas instaladas. Em ambos os ângulos se observa um possível alinhamento do mobiliário, pois o anúncio buscava transmitir a mensagem de que mesmo com pouco tempo, a qualidade da fabricação e montagem foi mantida.

A exaltação das qualidades que o anúncio enfatiza (a rapidez, a precisão e a agilidade) pode ser relacionada com as da cidade de São Paulo na comemoração de seus 400 anos, período em que se pretendia uma capital moderna, sobretudo a partir dos elementos destacados no anúncio: o entusiasmo com uma metrópole racional, pautada em teorias urbanísticas que priorizavam a agilidade.¹³¹

Também destaco as quantidades que são elencadas no anúncio: em relação ao tempo (“apenas 40 horas”), ao número de itens instalados (“capacidade para 2000 pessoas”), e a abrangência da Móveis CIMO S.A. no mercado exibidor (“Móveis CIMO instala em cada 2 dias”): atributos de rapidez, grandiosidade e competitividade mensuráveis - ainda que não imediatamente verificáveis - que são transmitidos na peça publicitária.

Ironicamente, os símbolos utilizados no anúncio estão mais adaptados ao universo do esporte (a mão que empunha o cronometro, a aferição precisa, as tomadas das fotografias que se confundem a uma plateia de estádio), conectando-se mais ao local que abrigou o evento, do que com o universo do balé e de uma casa de espetáculos, como era o receio apontado por Quirino da Silva.

No curta metragem *A Metrópole e o Balé*, de 1998, criado para a exposição Fantasia Brasileira: o Balé do IV Centenário, dirigido por Carlos Augusto Calil, há registros em vídeo da instalação das poltronas do Ginásio do Pacaembu pela Móveis CIMO S.A.

O curta foi elaborado a partir da montagem de algumas obras¹³² em que figuravam cenas da cidade de São Paulo, as comemorações do aniversário de 400

¹³¹ Por outro lado, é necessário lembrar, por exemplo, que na década de 1950 o Brasil apresentava profundos gargalos sociais: populações pobres eram retiradas da área central por processos de aumento de aluguéis, demolições, especulação imobiliária, e iniciavam uma ocupação nas periferias marcada pela autoconstrução e carência ou inexistência de serviços básicos (LUNA; KLEIN, 2020, p.25).

¹³² *A luta pelo transporte em São Paulo* (1952), dirigido por João Doria (1919-2000); *A Metrópole de Anchieta* (1952), dirigido por Benedito Junqueira Duarte (1910-1995); *Na Senda do Crime* (1954), dirigido por Flamínio Bollini Cerri (1924-1978); *São Paulo em Festa* (1954), dirigido por Lima Barreto (1906-1982) entre outros.

anos e cortes do Ballet do IV Centenário, a partir do filme *Bastidores*, de Júlio Fantauzzi Filho.¹³³

Em determinado momento da obra, aproximadamente aos 16 minutos, surge na tela um letreiro com a inscrição “engenharia e arquitetura”¹³⁴, seguido de cenas do Theatro Municipal, com o áudio da *Abertura 1812* de Tchaikovsky, e o narrador descreve alguns itens da reforma e a promessa para a abertura (como fora apontado por Quirino da Silva).

O Theatro Municipal de São Paulo está passando por grandes reformas. A Câmara dos Vereadores abriu um crédito de 49 milhões de cruzeiros para a conclusão dessas obras de reforma. A maquete demonstra a visibilidade da sala de espetáculos. O palco será um mecanismo de precisão. Painéis da Valquíria e o Ouro do Reno serão restaurados. As obras deverão estar prontas para fins de agosto (A METRÓPOLE, 1998).

Logo em seguida, em um tom tenso, mas irônico, para sobrepor o otimismo da narração anterior com a entrega do Theatro Municipal, surge a vinheta do *O Seu Repórter Esso*¹³⁵ e uma música melancólica, com o seguinte texto:

O Ballet do IV Centenário está finalizando atualmente os preparativos para a sua apresentação ao público paulistano. E para isso, os seus técnicos estão preparando, no Ginásio do Pacaembu um palco que comporte todo o conjunto coreográfico, já que o Theatro Municipal, para onde fora programado, não ficou pronto a tempo. Sexta-feira [5 de novembro de 1954] haverá ensaio geral no Pacaembu com convite a críticos e aos jornalistas, e no sábado [6 de novembro de 1954] a estreia, que promete alcançar êxito invulgar (A METRÓPOLE, 1998).

¹³³ Júlio Fantauzzi Filho era um dirigente de esportes e acompanhou a preparação do Ballet. Participava de eventos em que estavam presentes bailarinos, ocasião que teve oportunidade de produzir o filme em questão. No entanto, é interessante pontuar que ele utilizou na vinheta de seu vídeo a localização das filmagens como “Teatro Pacaembu”. Esse nome nunca foi uma referência para o Ginásio do Pacaembu, o que pode indicar que o autor tinha a intenção de qualificar o evento, pois o local foi transformado por conta da passagem do Ballet.

¹³⁴ Possivelmente do Cinejornal Bandeirante da Tela, que mantinha as inscrições temáticas em seus materiais (FRANCHINI, 2021, p. 54).

¹³⁵ O programa *Seu Repórter Esso* começou a ser veiculado na Rádio Nacional a partir de 1941. Em 1952 passou a ser televisionado. Deixou de operar no rádio em 1968 e em 1970 na televisão (FERREIRA, 2013, p. 8).

A narração é inspirada no roteiro de locução original do *O Seu Repórter Esso* de 03 de novembro de 1954, conforme pesquisa no Banco de Conteúdos Culturais da Cinemateca Brasileira. O roteiro apresenta (figura 86) que essa notícia teve duas sequências. A primeira, de duração de 20 segundos, com a filmagem do locutor e a seguinte narração:

No próximo dia 6, sábado, será oficialmente apresentado ao público de S. Paulo, o ballet do IV Centenario, trabalho de Aurelio Miloss. O ballet se apresentará no Pacaembu, no Ginásio, em instalações especiais, que estão em fase de conclusão (REPÓRTER, 1954, p. 3).

A segunda sequência, de 40 segundos (totalizando, então, 1 minuto de notícia), apresentou cenas da montagem e adaptações do Ginásio do Pacaembu, as mesmas utilizadas no curta *A Metrópole* e *o Balé*.

Depois o ballet deverá se apresentar no Teatro Municipal do Rio de Janeiro. No Pacaembu os trabalhos, dirigidos por Mario Civelli, vão bem adiantados, e até sábado estarão concluídos. Foi montado um palco especial no ginásio, com as dimensões necessárias para essa primeira coreografia ideada por Miloss, que, aliás, para essa primeira apresentação teve que ser modificada. A coreografia original fora ideada para o palco do teatro municipal, e este não ficando pronto a tempo, Miloss ideou novos ballets especiais para essa apresentação. Sexta-feira haverá ensaio geral no Pacaembu, com convite aos críticos e jornalistas, e no sábado a estreia, que promete alcançar êxito invulgar diante do carinho com que foi preparada essa primeira apresentação do Ballet do IV Centenario (REPÓRTER, 1954, p. 3).

Há, portanto, diferenças e semelhanças do texto original do *O Seu Repórter Esso* e o curta *A Metrópole* e *o Balé*. O trecho utilizado por Carlos Augusto Calil era desprovido de áudio, tanto que foi contratado um locutor para realizar a narração inspirada no texto original.¹³⁶

¹³⁶ Segundo os créditos do curta-metragem, é o locutor Alberico Sobreira.

FIGURA 86 - ROTEIRO O SEU REPÓRTER ESSO

DIREÇÃO: ROTEIRO: **IMAGENS DO DIA**
REPÓRTER: **ESSO**

PÁGINA - 3
3 / 11 / 54

PRF 3.TV

SEQ	VIDEO	T	PROJ	AUDIO	TÉC.SOM
	CONTINUA POSITIVO			velmente será favorável à abolição do trote nos moldes atuais.	
7	CAMERA-LOCUTOR	20"	-	Esgotando-se no proximo dia 14 o prazo legal para apreciação da proposta orçamentaria pela Assembleia Legislativa, resolveu o presidente daquela camera convocar sessões extraordinarias para tratar especificamente do assunto, e reduzir os intersticios entre as diversas apreciações e votações do projeto. O parecer da comissão de finanças deverá ficar concluido ainda hoje.	MI-STD
8	CAMERA-LOCUTOR	20"	-	No proximo dia 6, sabado, será oficialmente apresentado ao publico de S. Paulo, o ballet do IV Centenario, trabalho de Aurelio Miloss. O ballet se apresentará no Pacaembu, no Giansio, em instalações especiais, que estão em fase de conclusão. Depois o ballet deverá se apresentar no	MIC-STD
9	FILM-NEGATIVO <i>NE 10015.02</i>	20"	P	Teatro Municipal do Rio de Janeiro. No Pacaembu os trabalhos, dirigidos por Mario Civelli, vão bem adiantados, e até sabado estarão concluidos. Foi montado um palco especial no ginasio, com as dimensões necessarias para a coreografia ideada por Miloss, que aliás, para essa primeira apresentação teve que ser modificada. A coreografia original fora ideada para o palco do teatro municipal, e este não ficando pronto a tempo, Miloss ideou novos ballets especiais para essa apresentação. Sexta feira haverá ensaio geral no Pacaembu, com convite aos criticos e jornalistas, e no sabado a estreia, que promete alcançar exito invulgar diante do carinho com que foi preparada essa primeira apresentação do Ballet do IV Centenario.	MIC-STD LIGEIRA
10	CAMERA-LOCUTOR <i>RE 1959 11034</i>	10"	-	E vejamos agora a mensagem de hoje dos Seus Revendedores Esso!	MIC-STD

FONTE: Roteiro O Seu Repórter Esso. 03 nov. 1954, p. 3. BCC.

Durante a narração acima é possível observar oito cenas, em que cinco apresentam as poltronas da Móveis CIMO S.A. durante a montagem do auditório. As cenas estão compostas em um padrão documental que garantem a suavidade no movimento da câmera, além de ser possível localizar o ponto de vista da filmagem.

A primeira cena a partir do palco (figura 87) retrata técnicos e operários que trabalham para a entrega do ginásio, seja na cenografia, instalação do palco ou instalação das poltronas. A segunda cena, do ponto de vista da plateia (figura 88),

apresenta o palco e as poltronas do auditório improvisado em uma perspectiva da grandiosidade da produção, as estruturas do ginásio e o alinhamento do mobiliário.

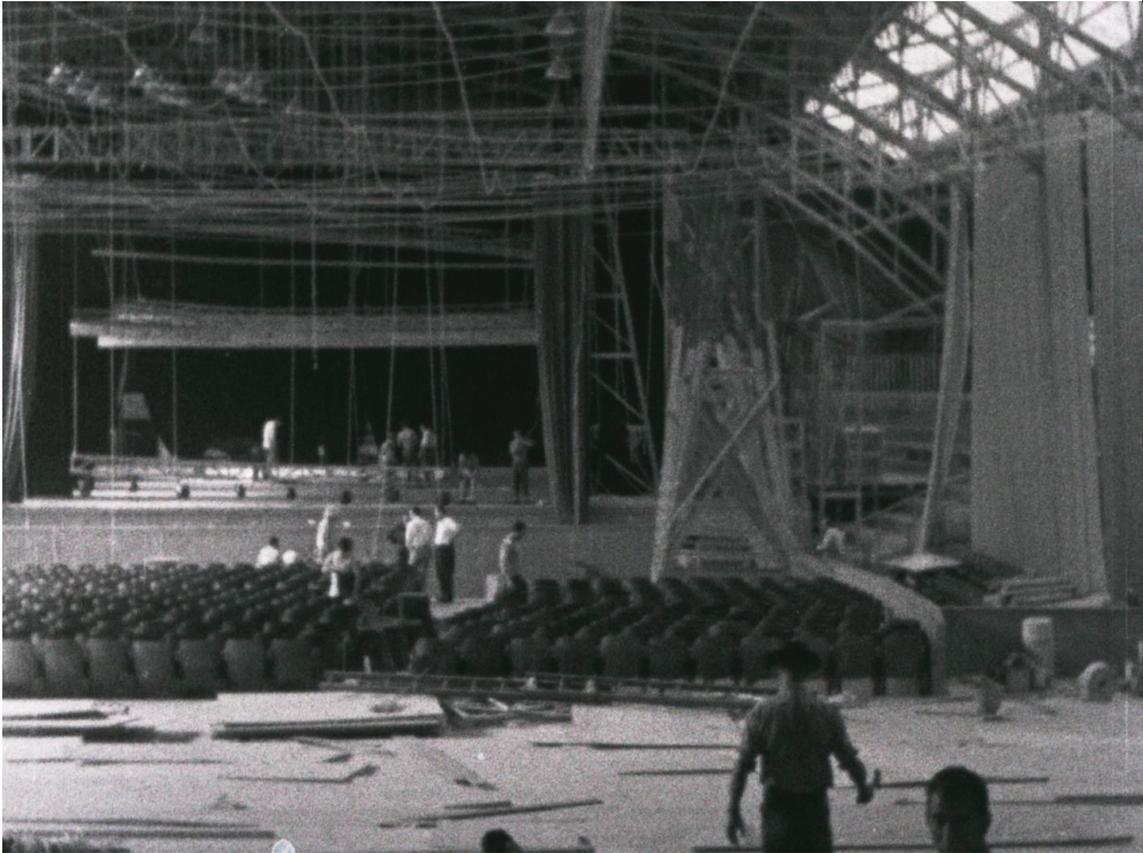
A terceira cena é do ponto de vista de uma fileira de poltronas (figura 89). Nesse ângulo o que chama a atenção é a proximidade com as cadeiras a partir do cinegrafista, reforçando, como já visto nas outras cenas, o alinhamento das poltronas instaladas (inclusive como foi retratado no anúncio da figura 84). Também há a possibilidade de verificar os detalhes das poltronas em um material audiovisual e a presença de um operário.

FIGURA 87 - POLTRONAS MÓVEIS CIMO S.A. NO GINÁSIO DO PACAEMBU



FONTE: O Seu Repórter Esso. 03 nov. 1954. Cinemateca Brasileira.

FIGURA 88 - POLTRONAS MÓVEIS CIMO S.A. NO GINÁSIO DO PACAEMBU



FONTE: O Seu Repórter Esso. 03 nov. 1954. Cinemateca Brasileira.

FIGURA 89 - POLTRONAS MÓVEIS CIMO S.A. NO GINÁSIO DO PACAEMBU



FONTE: O Seu Repórter Esso. 03 nov. 1954. Cinemateca Brasileira.

Na quarta cena em que figura as poltronas da Móveis CIMO S.A. há uma tomada da plateia e do espaço dedicado aos músicos do espetáculo (figura 90). Alguns homens conversam sentados nas poltronas.

FIGURA 90 - POLTRONAS MÓVEIS CIMO S.A. NO GINÁSIO DO PACAEMBU

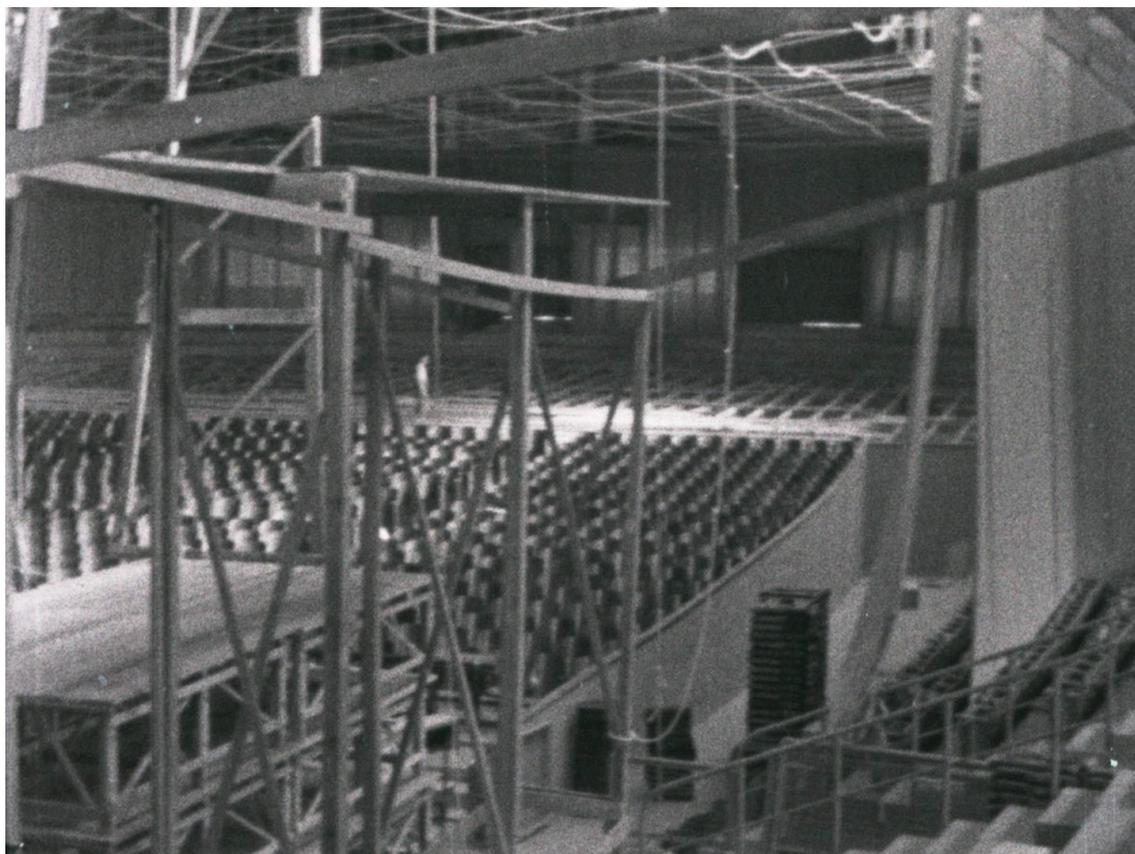


FONTE: O Seu Repórter Esso. 03 nov. 1954. Cinemateca Brasileira.

Por fim, a quinta cena faz uma tomada geral (figura 91) do Ginásio preparado para o Ballet. Essa cena conclui um conjunto em que as poltronas surgem em um cenário de trabalho, improvisado e materiais a mostra.

A intenção em documentar a mudança do local do Ballet do IV Centenário, inclusive em vídeo e em um material informativo, é um indício da preocupação que houve naquele momento sobre tal situação. Evidentemente havia o caráter da fiscalização, uma vez que dinheiro público estava empregado nas contratações de todo o corpo do Ballet e na adequação do espaço. No entanto, também havia o desejo de comunicar como ocorreram tais mudanças, visto que havia o apelo da população em comparecer em uma das atrações mais esperadas daquele programa.

FIGURA 91 - POLTRONAS MÓVEIS CIMO S.A. NO GINÁSIO DO PACAEMBU



FONTE: O Seu Repórter Esso. 03 nov. 1954. Cinemateca Brasileira.

A Móveis CIMO S.A., como empresa fornecedora, se aproveitou dessa movimentação. Além do anúncio da *Folha da Manhã* (figura 84) também houve uma capa (figura 92) do *Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico* dedicada a esse fato das poltronas no Ginásio do Pacaembu, e uma notícia detalhando alguns aspectos (figura 93).

FIGURA 92 - CAPA DO CINE-REPÓRTER

Cine

REPORTER

SEMANÁRIO CINEMATOGRAFICO

Nova técnica cinematográfica

ROMA, (AFP) — O sr. Jean Painlevé, presidente da Associação Internacional do Cinema Científico, que presentemente realiza em Roma o seu oitavo congresso, anuncia que um novo processo de técnica cinematográfica, que permite tirar dois bilhões de fotografias por segundo, será tornado publico oficialmente dentro de poucas semanas.

O novo processo, acrescentou o cientista, já foi utilizado e servirá no futuro para fixar, analisar e estudar os fenômenos atômicos.

O sr. Jean Painlevé, encerrando as perspectivas abertas futuramente ao cinema científico, anunciou que se conseguirá, um dia, a "projeção integral no espaço". "Do domínio do cinema científico — disse ele — não veremos mais as coisas, quer se trate de microbios ou de formas humanas, projetadas numa tela. Veremos mover e viver no espaço, através da sucessão das imagens luminosas, sem existência material e objetos reais sem consistência. Seu movimento, sua forma, sua cor, estarão suspensos em nosso meio ambiente. Poderemos examiná-los sob todas as perspectivas, pois poderemos girar em torno deles. Veremos, na claridade, iluminarem-se todas as formas da vida, com todas as suas características e em dimensões acessíveis ao olho humano".

GINA LOLLOBRIGIDA conquistou NOVA YORK
Mostrou-se a atriz muito simpática e amável — O encontro com Marilyn Monroe — Opinião de Gina sobre Nova York e outros motivos

NOVA YORK — (ANSA) — Gina Lollobrigida esteve recentemente em Nova York para assistir à primeira exibição da edição, em língua inglesa, da sua película "Pão, amor e fantasia".

Chegou, segundo disse em suas notas de viagem, muito emocionada, um pouco cansada, preocupada com a vacina que fora obrigada a fazer (esquecera de vacinar-se na Itália), acompanhada pelo marido, pela representante da Casa Cinematográfica Titanus, senhorinha Lena Gelardi, e por um enorme embrulho de papel tricolor: um enorme "panettone" de Milão, homenagem de amigos e admiradores daquela cidade.

Vacinada, fotografada, entrevistada, e depois de ter concedido milhares de autógrafos a uma multidão de admiradores, no aeroporto, a atriz seguiu finalmente para o hotel, iniciando, assim, a série dos seus fatigantes, mas felizes e inesquecíveis dias noviiorquinos. Prestes a chegar ao hotel, esperava-a uma agradável surpresa. Viu uma bandeira italiana no mastro de um luxuoso edifício e perguntou se se tratava da embaixada de seu país. Responderam-lhe que se tratava do Savoy Plaza Hotel, onde ela seria hospedada e que a bandeira havia sido hasteada em sua homenagem. Bastou isso, naturalmente, para conquistar o coração da bela Gina. Não me-

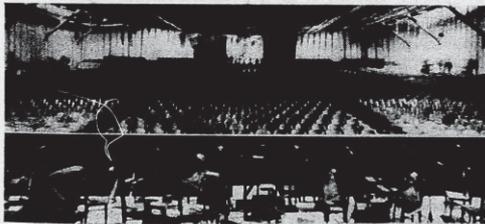
nos naturalmente, foi necessária, mais de uma vez, a intervenção da polícia, para "salvar" a atriz das demonstrações demasiadamente efusivas da multidão, que estacionava perenemente na calçada para aclamar a atriz quando entrava ou saía do hotel.

GINA E MARYLIN

Uma das primeiras perguntas dirigidas a Gina foi a seguinte: "Que pensa de Marilyn Monroe?" Limitou-se a responder que não possuía nada em comum com a estrela norte-americana... A resposta era evasiva mas agradável.

(Conclui na pag. 7)

2.000 POLTRONAS CIMO EM 48 HORAS
(Leia na pag. 5)



Findo-se em primeiro plano as instalações da Orquestra Sinfônica Municipal, a foto acima faz um aspecto geral do gigantesco anfiteatro em que se transformou, em 48 horas, o ginásio do Estádio do Pacembó, graças à colaboração da Cia. Industrial de Móveis

FESTIVAL DE FILMES DE MONTANHA

TRENTO, (Itália) — Realizou-se nesta cidade um Festival de Filmes de Montanha.

Esse Festival, ou "Mostra", que se efetua pela segunda vez, teve grande êxito, consistindo os prêmios em simbólicos rododendros, flores das alturas.

O "rododendro de ouro" coube a um realizador francês, J. J. Languepin, pelo filme "Assalto no Himalaia", tendo obtido o segundo prêmio Marcel Ichac, também francês, com seu filme "Vitória no Anapura" juntamente com o alemão Hans Ertl, por "Nang Farbat".

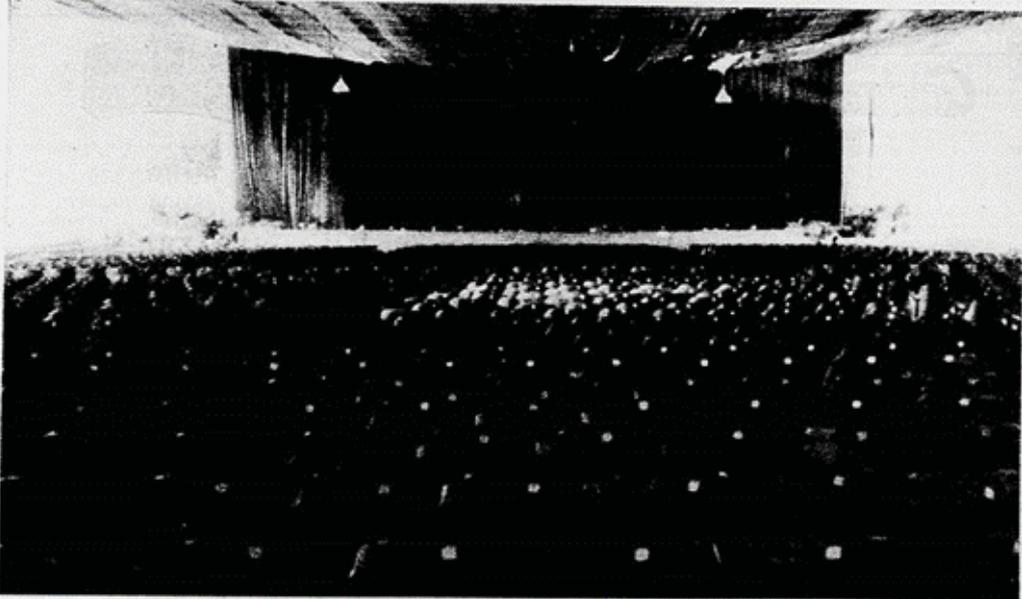
PARIS — Foi fixado para o período de 17 a 25 de julho na cidade de Angers o Congresso Internacional dos Cineastas Amadores.

Esse Congresso que reúne todos os que na França fazem cinema, sem caráter profissional, só se reúne de 20 em 20 anos.

FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 13 nov. 1954, p. 1. HDB

FIGURA 93 - ANÚNCIO DA MÓVEIS CIMO S.A.

2.000 Poltronas em 48! hs.!
 COM O FITO DE HOMENAGEAR SÃO PAULO, EM SEU IV CENTENÁRIO, UM NOVO RECORD E' ESTABELECIDO POR MÓVEIS CIMO.



Juntando o entusiasmo e eficiência de seu pessoal especializado à qualidade excepcional das poltronas que fabrica, a Cimo tomou a peito a empresa e, em 48 horas, transformou o Ginásio do Estádio do Pacaembú num teatro magnífico com todas as características de conforto e beleza que mereceram o aplauso geral da crítica e elogiosas referências por parte de S. Excia. o sr. Governador do Estado.

Ali foi feita a primeira apresentação ao público do Ballet IV. Centenário, organização permanente fundada como parte das comemorações programadas em São Paulo, para o ano de 1954.

Com as obras do Teatro Municipal inacabadas, a Comissão encarregada dos festejos recorreu à Cia. Industrial de Móveis, cuja colaboração tornou possível a improvisação de um teatro à altura daquela estréia, acontecimento de repercussão internacional.

FONTE: Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico. 13 nov. 1954, p. 5. HDB.

É notável o fato de que a empresa utilizou esse espaço para publicizar seu feito e a relação com a comemoração do IV Centenário da Cidade de São Paulo com um público restrito, mas, que era seu nicho principal, as salas de cinema: a intenção de atestar não apenas a eficiência, mas também certo caráter de cidadania.

Há uma chamada na capa do periódico com uma imagem das poltronas instaladas, mencionando que a notícia continuaria na página indicada. Ainda que esteja composta como uma notícia (afinal, não há menção ao endereço ou contato da loja, tampouco a exposição de produtos), possivelmente é um anúncio publicitário, pois fazia parte do espaço pago da Móveis CIMO S.A. no jornal. Ao analisar o conteúdo é possível verificar outros traços de propaganda.

Na manchete há uma ênfase semelhante do anúncio analisado na figura 84: “2000 Poltronas em 48hs!”, assim como o caráter virtuoso da Móveis CIMO S.A., como uma colaboradora do evento, acrescentando também um gesto de

homenagem: “COM O FITO DE HOMENAGEAR SÃO PAULO, EM SEU IV CENTENÁRIO, UM NOVO RECORD É ESTABELECIDO POR MÓVEIS CIMO”.

Juntando o entusiasmo e eficiência de seu pessoal especializado à qualidade excepcional das poltronas que fabrica, a Cimo tomou a peito a empresa e, em 48 horas, transformou o Ginásio do Estádio do Pacaembú num teatro magnífico com todas as características de conforto e beleza que mereceram o aplauso geral da crítica e elogiosas referências por parte de S. Excia., o sr. Governador do Estado [Lucas Nogueira Garcez]. Ali foi feita a primeira apresentação ao público do Ballet IV.º Centenário, organização permanente fundada como parte das comemorações programadas em São Paulo, para o ano de 1954. Com as obras do Teatro Municipal inacabadas, a Comissão encarregada dos festejos recorreu à Cia. Industrial de Móveis, cuja colaboração tornou possível a improvisação de um teatro à altura daquela estreia, acontecimento de repercussão internacional (2000 POLTRONAS, 1954, p. 5).

Há também aqui elementos textuais que apontam para uma encomenda mais improvisada. À ideia do tempo recorde, adiciona-se a questão de que a Comissão IV Centenário “recorreu” a Móveis CIMO S.A.

De fato, a comissão não se adiantou para a possibilidade da reforma do Teatro Municipal não ficar pronta a tempo. Segundo o Processo nº 4398 da Comissão do IV Centenário da Cidade de São Paulo,¹³⁷ foi apenas em 22 de setembro que Fernando Millan (1925-1998), diretor do Serviço de Comemorações Culturais, notificou Guilherme de Almeida (1890-1969) - diretor da Comissão do IV Centenário, que havia substituído Ciccillo Matarazzo desde março de 1954 – sobre a urgência de um novo espaço.

Entre as questões levantadas, estavam a de que a apresentação só poderia ocorrer “em teatro de proporções nunca inferiores às do nosso Teatro Municipal”, e por isso orientava que fosse abandonada a “totalidade do programa inicial” e que se acreditava ser “possível a adaptação do Ginásio do Pacaembú” (MILLAN, 1954, fls. 2-3).

A deliberação para a mudança foi feita em 25 de setembro de 1954. Dentre algumas providências, constam a aprovação da “verba de Cr.\$ 1.200.000,00 para a

¹³⁷ Sob a guarda do Arquivo Histórico Municipal de São Paulo, o Processo nº 4398 reúne, em 163 folhas, os documentos acerca da mudança do espaço (memorandos, requerimentos, cartas, plantas, orçamentos, contratos etc.).

adaptação do Ginásio do Pacaembú”, com a anotação que seria “em princípio”, e a autorização “da dispensa de concorrência pública e mesmo a tomada de preços, devido à imprevisibilidade, e urgência das obras, assim como a natureza do serviço” (GURGEL, 1954, f. 8).

Em 4 de outubro de 1954 (ALMEIDA, 1954, f. 9) Guilherme de Almeida enviou um pedido ao Secretário de Educação e Cultura, Valério Giuli, para a cessão do Ginásio do Pacaembu. A aprovação para o empréstimo do espaço ocorreu em 20 de outubro de 1954 (GIULI, 1954, f. 35), sendo que foi cedido entre os dias 28 de outubro e 17 de novembro (considerando a montagem, o evento em si e a desmontagem).

Dias antes da confirmação, já havia uma força-tarefa para a realização de orçamentos e para contratações de empresas fornecedoras. Os itens procurados eram estrutura do palco, cortinas, forros, fornecimento de energia, ligações elétricas para iluminação e projetos de cenografia.

Também havia alguns pedidos de empréstimos de itens de decoração, como lustres de cristais e plantas ornamentais, visto que a adaptação do espaço do Ginásio superaria o orçamento inicial do Ballet. Não há, no entanto, um pedido para o mobiliário (ainda que tenha folhas ausentes no processo).

4.2 “A BOA PROPAGANDA QUE DISSO ADVIRÁ”

A partir da leitura dos processos da Comissão do IV Centenário, foi possível levantar que a Móveis CIMO S.A. participou de 24 deles, comercializando, desde 1952, 68 mesas, 10 armários, 231 cadeiras, 30 poltronas e 7 persianas, que seriam instaladas em escritórios, espaços para ensaios e eventos. O montante das vendas foi de aproximadamente Cr\$ 185.927.¹³⁸

O desenvolvimento das negociações da Móveis CIMO S.A. para o fornecimento para o Ballet do IV Centenário ocorreu no processo, nº 4641. Na primeira folha, Fernando Millan, no dia 27 de outubro de 1954 (ou seja, faltando pouco mais de uma semana para a estreia do Ballet), escreveu a Guilherme de Almeida sobre o que havia sido deliberado em relação ao orçamento e a dispensa

¹³⁸ Muitos pedidos eram para compor espaços de escritório das diferentes diretorias da Comissão do IV Centenário. As peças de mobiliário encomendadas eram mesas para máquinas de escrever, poltronas de datilografia, armários etc. As solicitações dessas peças eram no padrão DASP.

de licitação (conforme o Processo nº 4398, folha 8), e pedia a autorização do andamento da proposta.

Senhor presidente [Guilherme de Almeida], de acordo com o deliberado pela Comissão Executiva – Processo 4398, fls. 8 – e tendo em vista ser a Companhia Industrial de Móveis a única que possui o material necessário – em estoque – solicito autorizar o aluguel de 1730 cadeiras – modelo ‘Roxy’ – pelo preço global de Cr\$ 130.000,00 (MILLAN, 1954, f. 2).

Millan, nesse momento, já possuía a maioria dos detalhes necessários para o fechamento do negócio (inclusive havia escolhido o modelo), e afirmava que a Móveis CIMO S.A. era única com possibilidade de oferecer as 1730 poltronas em um curto espaço de tempo (o que também era plausível, uma vez que a empresa mantinha grandes estoques por conta do seu fluxo de venda na capital). Não encontrei, infelizmente, uma troca de cartas ou requerimentos sobre esse pedido, que pode ter ocorrido via telefone ou por um encontro.

É importante notar que mesmo com a possibilidade de não haver consulta de preços ou processo licitatório, houve procura de duas concorrentes da Móveis CIMO S.A., segundo o documento de 4 de novembro de 1954 do setor de compras da Comissão:

Dada a necessidade urgente manifestada pela requisitante, na pessoa do Sr. Dr. Fernando Millan, com referência ao empréstimo de 1730 poltronas de madeira, para a plateia do Teatro montado no Ginásio do Pacaembú, para a apresentação do Ballét, consultamos diversas firmas especializadas no ramo, dentre elas a Cia. P. Kastrup, Móveis Brafor e Cia. Industrial de Móveis Cimo, sendo que esta última foi a única que apresentou proposta (BAHIA, 1954, f. 6).

Tanto as Poltronas Kastrup e a Brasileira Fornecedora Escolar serviam o mercado de exibição cinematográfica e escolar, além de já terem sido cotadas ou até contratadas para o provimento de escritórios da Comissão do IV Centenário. No entanto, há uma lacuna sobre quais outras empresas foram consultadas além das três mencionadas.

A formalização da proposta da Móveis CIMO S.A. para o Ballet data do mesmo dia, 27 de outubro, e foi assinada por Candinho Vaz da Silva, inspetor de vendas da matriz, e é endereçada a Fernando Millan, com um catálogo anexado para conhecimento dos modelos das poltronas e um histórico da fábrica.

Atendendo ao solicitado por V.S. para que procedamos a montagem completa das poltronas no ginásio do Estádio do Pacaembu, possibilitando o uso do local para as exposições do Bale do IVº Centenário, vimos confirmar-lhe que estamos dispostos a fazer o empréstimo de 1.730 poltronas de madeira, nossos modelos Roxy ou Atlântica (V. catálogo anexo), por, no máximo, 30 dias, ficando também a nosso cargo a distribuição, e correspondente adaptação das fileiras de acordo com o melhor sistema para circulação e visibilidade. Também nos comprometemos, embora seja exíguo o prazo dado por V.S., a fazer a entrega do auditorio pronto na data estipulada desde que nos seja facultado o início de nossos serviços nos dias 29 ou 30 deste. O presente empréstimo será feito tendo por único fito **a boa propaganda que disso advirá** para a nossa firma e que esperamos seja especificada devidamente por V.S. Por esse motivo iremos cobrar-lhes apenas as despesas forçadas que teremos e que incluem: carros de ida e volta; mão de obra e gratificações extras a montadores; depreciação das poltronas e consequente recuperação das mesmas; reenvernizamento geral de todas as peças com o repasse respectivo. A totalidade de tais despesas forçadas orçamos em Cr\$ 130.000,00 (cento e trinta mil cruzeiros), a serem pagos: 50% no ato da encomenda do serviço e 50% após termos descarregado as caixas e antes de iniciarmos a montagem. Deixamos também consignado que em caso de dano irreparável em parte ou no total das poltronas emprestadas, seremos indenizados dos mesmos na base do preço atual do artigo, ou seja, o unitário de Cr\$ 348,00 para o modelo Atlântica e Cr\$ 456,00 para o modelo Roxy (SILVA, 1954, f. 3, grifo próprio).

Ou seja, o empréstimo – ou aluguel, segundo Fernando Millan – tinha um custo operacional (transportes, montagens, depreciação), que, inclusive, se aproximava do montante total supracitado das compras pela Comissão do IV Centenário (Cr\$ 185.927), o que é considerado um custo significativo, até porque as poltronas usadas poderiam ser vendidas, visto que voltariam ao estoque da empresa.

Ressalta-se também que a poltrona escolhida, modelo Roxy (com o valor mais elevado entre as duas propostas), era um projeto da década de 1940, e que fazia parte desde 1948¹³⁹ do padrão dos cinemas populares, por não dispor de

¹³⁹ Por conta do regime de tabelamento para ingresso de cinema, da Comissão Central de Preços, órgão do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio, instituída em 4 de abril de 1946, pelo Decreto-Lei nº 9125 (SIMIS, 2017, p. 72).

estofamento no assento e encosto (realidade diferente que era prometida no Theatro Municipal).

A solicitação da “boa propaganda” foi plenamente atendida? Os anúncios acima analisados foram encomendados pela própria Móveis CIMO S.A. O vídeo em que as poltronas apareciam, era de caráter informativo sobre o evento. Já na publicação oficial do Ballet do IV Centenário, o programa dos bailados, (figura 94) não há nenhuma menção acerca da fábrica que forneceu as poltronas para o espetáculo, mas há lista de fornecedores para cenografia e figurino, e de outra loja de mobiliário, a Ziglio Bolzani & Cia. (figura 95), que não era uma concorrente da Móveis CIMO S.A., mas comercializava a partir do mesmo ramo (BALLET, 1954, p. 26).

Por mais que diversas empresas utilizaram da data comemorativa do IV Centenário da Cidade de São Paulo para associar-se a celebração (e sua articulação entre tradição e modernidade, passado e futuro) e participar da memória coletiva, alguns processos foram diversos.

A Móveis CIMO S.A. por mais que tenha participado diretamente no fornecimento e empréstimo para o Ballet do IV Centenário, evento bastante destacado na imprensa, não era uma empresa paulista ou paulistana, e seu conjunto de referências na propaganda e publicidade de tal feito era mais modesto.

A utilização de figuras como bandeirante e jesuítas não fariam sentido, e restava espaço a algumas citações de símbolos como a voluta ascendente, além de discursos textuais sobre elementos da modernidade e da colaboração com a cidade.

A Móveis CIMO S.A., conhecida, nas décadas de 1930, 1940 e 1950, pela sua fatia no mercado exibidor cinematográfico, buscou expandir horizontes simbólicos para o mercado de espetáculos. A recorrente relação comercial com a Comissão do IV Centenário da Cidade de São Paulo, construída desde 1951, gerou vínculos com diversos agentes e gestores, e a Móveis CIMO S.A. tirou proveito desse momento.

O evento do Ballet do IV Centenário abriu a possibilidade de expansão dessas redes e de geração de novas imagens e representações sobre a Móveis CIMO S.A., como a questão da colaboração para a cidade, a rapidez da entrega de um auditório montado, e o suposto reconhecimento, pois o próprio Ballet teve um lugar especial na imprensa e nos posicionamentos da opinião pública.

Associar-se a atividade artística, a partir de discursos, participações, anúncios e imagens, era uma estratégia mercadológica da Móveis CIMO S.A., desde a relação com o universo cinematográfico, e compartilhar dos feitos do IV Centenário da Cidade de São Paulo, colaborou nesse processo.

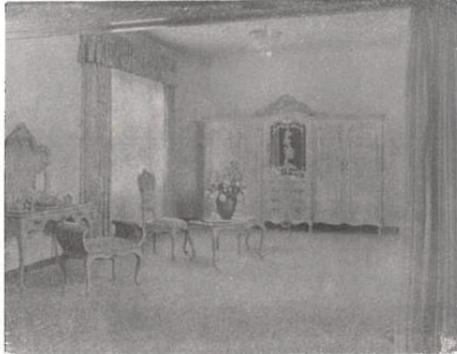
FIGURA 94 - CAPA DO PROGRAMA DO BALLET



FONTE: Programa oficial. Nov. 1954, p. 1. Acervo do Theatro Municipal de São Paulo.

FIGURA 95 - PROGRAMA DO BALLET

ESTILO
ARTE MOVEIS-DECORAÇÕES PERFEIÇÃO



ZIGLIO BOLZANI & CIA.

Fábrica-Exposição: RUA HIPODROMO, 837
Fones: 9-3730 - 9-2893

Loja Central: AV. BRIG. LUIZ ANTONIO, 318-324

MOBILIAMOS — DECORAMOS — RESIDENCIAS E HOTEIS



O Portador deste terá um desconto especial de 5% após o preço acertado.

FONTE: Programa oficial. Nov. 1954, p. 26. Acervo do Theatro Municipal de São Paulo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta pesquisa, busquei investigar parte da trajetória da Móveis CIMO S.A., sobretudo a partir de sua articulação com o mercado exibidor cinematográfico, com ênfase no período compreendido entre 1940 e 1960.

Destaco que a principal referência temporal foi o ano de 1954, discutido ao longo dos quatro capítulos: desde a fundação do município de Rio Negrinho e o papel de Martin Zipperer nesse fato político; o desenvolvimento da imprensa especializada em cinema (ano em que o *Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico* completava 20 anos e da criação da revista *O Exibidor*); o surgimento de importantes salas em São Paulo, mobiliadas com Móveis CIMO S.A. e a consolidação da marca Móveis CIMO S.A.; e o capítulo final, específico sobre o ano de 1954, em que se comemorou o IV Centenário da cidade de São Paulo, e a Móveis CIMO S.A. foi fornecedora e produtora de imagens para diversos eventos, de modo especial o Ballet do IV Centenário.

A escolha pelo recorte temporal e temático permitiu observar um conjunto de transformações técnicas, simbólicas e mercadológicas, em que as poltronas produzidas pela empresa operavam como elementos funcionais e dispositivos culturais. Compreendidas nessa perspectiva, as poltronas não apenas organizavam o espaço físico das salas de cinema, mas também ajudaram a produzir sentidos sobre o que significa ir ao cinema, assistir a um filme, ocupar um lugar entre outros espectadores.

A investigação teve como ponto de partida uma abordagem que considerou trajetórias individuais, relações comerciais e redes de representação. Nesse sentido, a figura de Martin Zipperer, enquanto um sujeito que construiu um percurso no ramo da marcenaria, foi central para compreender os primeiros anos da empresa. Tal trajetória também foi lida a partir do contexto da fixação das poltronas nas salas de cinema, a partir das discussões legislativas sobre o tema. A capacidade de mediação e exigências do mercado foi decisiva para o crescimento da Móveis CIMO S.A., e o seu estudo lança luz sobre o processo de formação de um padrão de mobiliário que teve capilaridade nas salas de exibição do país.

Inclusive, a produção das poltronas pela Móveis CIMO S.A. não se limitava à solução de um problema técnico, ao fornecimento de um mobiliário funcional para as salas de exibição e a uma demanda de mercado. Nas formas, nos materiais e até

mesmo nos discursos publicitários, realizava-se a projeção de um usuário ideal: um homem-tipo que deveria ocupar aquelas cadeiras. Esse sujeito não era nomeado diretamente, mas emergia da forma como se comunicavam os atributos de conforto, distinção e modernidade. A poltrona, nesse sentido, não apenas recebia um corpo, mas também educava esse corpo (e o conjunto de espectadores), disciplinando gestos, posturas e modos de ir ao cinema.

O público que se sentava nas poltronas Móveis CIMO S.A. era, assim, interpelado a se identificar em um modelo de espectador moderno, padronizado e urbano. A padronização do mobiliário correspondia à padronização do próprio espectador, no contexto de uma modernidade que visava organizar tipos sociais e culturais, observáveis em diversos anúncios publicitários e imagens produzidas pela fábrica.

Ao fixar dimensões, ergonômias, formatos, modelos e materiais, em milhares de salas de cinemas, auditórios e teatros, a Móveis CIMO S.A. produzia uma experiência coletiva marcada por um regime de disciplina e por uma promessa de igualdade de experiência. No entanto, essa pretensa igualdade operava dispositivos de distinção, pois estava associada a um ideal de consumo, de gosto e de comportamento que não contemplava todas a diversidade sociais e culturais de São Paulo e do Brasil no período.

Assim, pensar o homem-tipo previsto pelas poltronas é pensar também na própria lógica de modernidade que sustentou tanto a indústria cinematográfica como a indústria moveleira no Brasil. A padronização dos assentos, inicialmente exigida como questão técnica ou arquitetônica, tornou-se também um mecanismo simbólico que projetava um espectador ideal: atento, confortável, silencioso, posturado, e que fazia parte de uma coletividade ordenada que compartilhava uma mesma experiência estética.

A história da exibição cinematográfica, observada por esse viés, mostra como o mobiliário produziu não apenas lugares, mas também sujeitos moldados por um projeto de modernidade.

Nesse caminho também foi levantado como a empresa estabeleceu vínculos com representantes comerciais, criando uma rede que extrapolava limites: tanto geográficos e de comunicação, visto que as poltronas, inicialmente fabricadas em Rio Negrinho, eram comercializadas via ferrovia e os portos de Paranaguá e Santos; como também da própria indústria moveleira, pois se articulava com os fluxos do

mercado cinematográfico. A análise de fontes como o *Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico*, a revista *O Exibidor*, a revista *Móveis CIMO* e a revista *Acrópole*, além de jornais de grande circulação, foi fundamental para mapear tais os agentes que construíram essas redes, mas não só. Foi possível observar os discursos construídos que valorizavam o conforto, a modernidade e a distinção em torno da experiência de ida ao cinema e os seus elementos materiais essenciais, como é o caso das poltronas.

A atividade cinematográfica, nesta tese, foi pensada levando em consideração as condições materiais de sua exibição. Os mobiliários produzidos pela Móveis CIMO S.A. integraram uma cadeia produtiva mais ampla, que incluía projetores, cortinas, sistemas de climatização, tapeçaria, decoração. Em muitos casos, as peças de mobiliário eram anunciadas por sua resistência e valor técnico, mas a ênfase recaía sobre a beleza e sua participação no universo simbólico do cinema.

Ao se aproximar da cultura cinematográfica por meio de estratégias publicitárias, a empresa construiu um discurso que se apoiava tanto na experiência acumulada desde 1921, quanto na participação ativa nas inovações do setor. Essa articulação entre tradição e modernidade foi habilmente explorada em anúncios que remetiam às origens do cinema mudo e à sofisticação de invenções. Ao citar Charles Chaplin e comparar seus modelos ao mobiliário grego clássico, a Móveis CIMO S.A. buscava nobilitar sua participação na história do cinema, inserindo-se simbolicamente em uma narrativa de progresso, de bom gosto e de experiência compartilhada.

Nesse sentido, os atributos ou inovações técnicas das próprias poltronas, importavam menos, para o recurso publicitário, que os elementos do universo cinematográfico. Diferente de seus concorrentes, como a Móveis BRAFOR, a Móveis CIMO S.A. preocupou-se em construir e aprofundar uma imagem conectada com o cinema, e a poltrona fazia parte desse universo mágico, técnico, confortável, sedutor.

As poltronas de cinema integravam um conjunto de elementos que davam forma e densidade a ao mercado exibidor cinematográfico. Seu desenho, materialidade, forma de instalação, durabilidade e conforto participam da configuração simbólica da sala de exibição. Ao ocupar um lugar entre os equipamentos especializados do setor, as poltronas adquirem status de dispositivos

que organizam o olhar, regulam os corpos no espaço e contribuem para a construção de uma experiência cinematográfica específica (tanto técnica quanto esteticamente). Afinal, como já visto, os anúncios buscavam inscrever o móvel em uma tradição de prestígio, ao mesmo tempo em que o apresentavam como expressão de inovação técnica, um símbolo da modernidade acessível, mas com elementos de distinção.

Essa operação simbólica, por sua vez, colaborava com o processo de distinção das próprias salas de cinema, que disputavam o público a partir de experiências mais sofisticadas de exibição, muitas vezes com a chancela do Estado (como a variação dos preços dos ingressos por conta dos itens de uma poltrona, como o estofamento do assento ou do encosto e assento).

As fotografias das salas, os croquis dos modelos, os relatos das inaugurações, os dados sobre a quantidade de unidades instaladas e a menção a empresas exibidoras consolidaram a imagem da fábrica como protagonista de um setor em expansão. Essa presença constante em veículos especializados e na grande imprensa contribuiu para posicionar a marca da Móveis CIMO S.A. como referência de qualidade e tradição.

A durabilidade do produto era outra estratégia discursiva relevante. Em anúncios que celebravam o uso continuado das poltronas após mais de uma década, o apelo à resistência se somava ao valor simbólico de permanência e confiabilidade. Isso reforçava a ideia de que o investimento em mobiliário da Móveis CIMO S.A. não era apenas uma escolha estética, mas uma decisão racional e segura. Tal discurso interessava aos interesses de exibidores de diferentes portes, especialmente em um cenário em que os custos de montagem de uma sala de cinema eram altos e exigiam planejamento de longo prazo.

Ao observar os elementos visuais e textuais das peças publicitárias, percebe-se uma sensível construção de uma narrativa sobre a fábrica: comprometida com a modernidade, enraizada em uma trajetória longa e atenta às demandas de um público em transformação. As variações de modelo, cor, tipo de revestimento e grau de estofamento indicam uma tentativa de segmentação e de resposta a nichos específicos, como salas voltadas a elites, a segmentos médios ou localizadas em bairros operários. Nesse sentido, o mobiliário não apenas cumpria uma função utilitária, mas participava de um discurso mais amplo sobre cultura, lazer, divertimento e atributos estéticos.

A inserção da Móveis CIMO S.A. no mercado exibidor deve ser compreendida, portanto, a partir de uma lógica de redes, em que a empresa construiu diversas relações com agentes do cinema, da construção civil, da imprensa e do poder público. A atuação de representantes comerciais em capitais estratégicas e a proximidade com exibidores relevantes permitiram que a fábrica expandisse sua atuação e acompanhasse a dinâmica da urbanização e da modernização dos espaços de lazer. As salas de cinema, enquanto locais de encontro e sociabilidade, tornaram-se vitrines para o produto, e as poltronas, por sua vez, tornaram-se mediadoras da experiência estética e sensorial.

Por fim, este trabalho buscou contribuir para o campo da história da exibição cinematográfica e das histórias de cinemas, ao enfatizar o papel de uma indústria fornecedora de mobiliário como uma parte que viabiliza o funcionamento da atividade de ir ao cinema e assistir filmes. Dessa forma, amplia-se a compreensão sobre o cinema enquanto fenômeno cultural, que mobiliza técnicas, discursos, objetos e afetos, tanto a partir da tela como a partir da sala e os itens do espaço.

Ao pensar sobre as conexões entre História e Design, História e Imprensa e a História da Exibição Cinematográfica, esta pesquisa torna a poltrona mais um objeto de estudo na historiografia do cinema brasileiro, e investiga os espaços de exibição não apenas como suportes da obra fílmica, mas como espaços com outras disputas e significados, onde a História se assenta - literalmente - e se transforma.

REFERÊNCIAS

BIBLIOGRÁFICAS

ALLEN, Robert C.; GOMERY, Douglas. **Teoría y práctica de la historia del cine**. Barcelona: Paidós Ibérica, 1995.

ALMEIDA, Fernando Henrique de. **Associativismo e a Móveis Cimo: paternalismo, tradicionalismo e sociabilidade operária em Rio Negrinho**. 2021. 143 f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências Humanas, Programa de Pós-graduação em História, Curitiba, 2021.

ALMEIDA, Heloisa Buarque de. Janela para o Mundo: Representações do Público sobre o Circuito de Cinema em São Paulo. In: MAGNANI, José Guilherme; TORRES, Lilian de Lucca. **Na MetrÓpole: Textos de Antropologia Urbana**. São Paulo: EDUSP/FAPESP, 2008.

ANELLI, Renato Luiz Sobral. **A Arquitetura de Cinemas na Cidade de São Paulo**. 1999. 427 f. Dissertação (Mestrado em História Social do Trabalho) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1990.

ARAÚJO, José Luís Lopes. **As transformações na produção artesanal de redes-de-dormir no Nordeste brasileiro e suas relações com a reprodução do espaço**. 1996. 354 f. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.

ARAÚJO, Luciana Corrêa. A crítica do cinema, a chegada do som e o futuro do cinema. **Olhar**, São Carlos, Brasil, v. 10/11, p. 261-267, 2008.

ARAÚJO, Vicente de Paula. **A Bela Época do Cinema Brasileiro**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

ARAÚJO, Vicente de Paula. **Salões, Circos e Cinemas de São Paulo**. São Paulo: Perspectiva, 1981.

ARAÚJO, Rodrigo Oliveira de. **Nas engrenagens do Estado Novo: a centralidade do DASP na reforma administrativa e na criação de redes organizacionais de produção (1938-1945)**. 2017. 368 f. Tese (Doutorado em História) – Instituto de História, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2017.

ARNOLD, Dana. **Una brevíssima introducción a la Historia del Arte**. Cidade do México: Oceano, 2007.

ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. **A embalagem do sistema: a publicidade no capitalismo brasileiro**. São Paulo: EDUSP, 2015.

AUMONT, Jacques. **A Imagem**. Campinas: Papyrus, 2002.

AVELAR, Alexandre de Sá; SCHMIDT, Benito Bisso (orgs.). **O que pode a biografia**. São Paulo: Letra e Voz, 2018.

BARBOSA, Gino Caldato. **Trabalho moderno: a construtora de Roberto Simonsen**. 2020, 320 f. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.

BARROS, José D'Assunção. **O jornal como fonte histórica**. Petrópolis: Vozes, 2023.

BARDI, Lina Bo. **Tempos de grossura**. São Paulo, Instituto Lina Bo e Pietro Maria Bardi, 1994.

BAYEUX, Glória. **O Móvel da Casa Brasileira**. São Paulo: Museu da Casa Brasileira, 1997.

BELUZZO, Ana Maria de Moraes. **Artesanato, Arte e Indústria**. 1988, 561 f. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1988.

BERNARDET, Jean-Claude. Apresentação. In: SIMIS, Anita. **Estado e cinema no Brasil**. São Paulo: Annablume, 1996.

BERNARDET, Jean-Claude. **Historiografia clássica do cinema brasileiro: metodologia e pedagogia**. São Paulo: Annablume, 2008.

BONSIEPE, Gui. **Design, Cultura e Sociedade**. São Paulo: Blucher, 2019.

BOSI, Alfredo. Economia e humanismo. **Estudos avançados**, São Paulo, v. 26, n. 75, p. 249-266, 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/GHph8nZYbYbFvqPJZSDCHXD/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 27 mar. 2018.

BRAGA, Marcos da Costa. Apresentação. In: BRAGA, Marcos da Costa; CORRÊA, Ronaldo de Oliveira (orgs.). **Histórias do design no Paraná**. Curitiba: Insight, 2014.

BRAGLIA, Nádia Christina. **Paulicéia de ontem: as revistas ilustradas e o viver urbano nas primeiras décadas do século XX**. 2011. 139 f. Dissertação (Mestrado em História), Pontifícia Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

BRANDÃO, Angela. Anotações para uma história do mobiliário brasileiro do século XVIII. **Revista CPC**, São Paulo, Brasil, n. 9, p. 42–64, 2010. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/cpc/article/view/15654/17228>. Acesso em: 15 mar. 2025.

BRASIL. IBGE. **Censo Demográfico de 1960**, 1962.

BRASIL, Eric; NASCIMENTO, Leonardo Fernandes. História digital: reflexões a partir da Hemeroteca Digital Brasileira e do uso de CAQDAS na reelaboração da pesquisa histórica. **Revista Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 33, n. 69, p. 196-219, 2020. Disponível em:

<https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/79933/77428>. Acesso em: 3 jan. 2022.

CABRERA, Livia; BRANDÃO, Ryan; EBERT, Sancler. **Histórias de Cinemas**. Disponível em: <https://www.historiasdecinemas.com.br/>. Acesso em: 09 abr. 2023.

CAMPI, Isabel. **La Historia y las Teorías Historiográficas del Diseño**. Cidade do México: Editorial Designio, 2013.

CARDOSO, Rafael. Introdução. In: CARDOSO, Rafael (org.). **O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1860-1970**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à História do Design**. São Paulo: Blucher, 2016.

CARNEIRO, Deivy Ferreira. Os usos da biografia pela micro-história italiana: Interdependência, biografias coletivas e network analysis. In: AVELAR, Alexandre de Sá; SCHMIDT, Benito Bisso (orgs.). **O que pode a biografia**. São Paulo: Letra e Voz, 2018.

CARVALHO, Fernanda Maria das Chagas. **Liceu de Artes e Ofícios de São Paulo: Artium Severum Gaudium (A alegria séria das artes)**. 2019, 344 f. Dissertação (Mestrado em História e Fundamentos da Arquitetura e Urbanismo) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

CARVALHO, Vânia Carneiro de. **Gênero e Artefato: O Sistema Doméstico na Perspectiva da Cultura Material – São Paulo, 1870-1920**. São Paulo: EDUSP, 2008.

CARVALHO, Vânia Carneiro de. Cultura material, espaço doméstico e musealização. **Varia Historia**, Belo Horizonte, v. 27, n. 46, p. 471-480, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/vh/a/ZnjRsFzTn7vcJbmx6ZKLsYL/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 8 dez. 2024.

CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa (orgs.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

CINE-REPÓRTER. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/artigos/cine-reporter/>. Acesso em: 26 jun. de 2021.

COSTA, Flávia Cesarino. **O primeiro cinema: Espetáculo, narração e domesticidade**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2005.

COSTA, Richard Santiago. **Parnaso Paulista: história e decoração do Teatro Municipal de São Paulo**. 2017. 795 f. Tese (Doutorado em História) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2017.

DE FUSCO, Renato. **História do design**. São Paulo: Perspectiva, 2019.

DOSSE, François. **O desafio biográfico: escrever uma vida**. São Paulo: Edusp, 2015.

DURAND, José Carlos. **Arte, privilégio e distinção: artes plásticas, arquitetura e classe dirigente no Brasi, 1855/1985**. São Paulo: Perspectiva / EDUSP, 1989.

EULETÉRIO, Maria de Lourdes. Imprensa a serviço do progresso. In: LUCA, Tania Regina de; MARTINS, Ana Luiza (orgs.). **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2021.

FABRIS, Pamela Beltramin. **“Nós, os selvagens, não reverenciamos os símbolos kaiserianos”: conflitos em torno de uma identidade germânica em Curitiba (1890-1918)**. 2014. 253 f. Dissertação (Mestrado em História) – Setor de Ciências Humanas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

FABRIS, Yasmin. Comentários para investigação em história do design: limites e possibilidades. In: CORRÊA, Ronaldo de Oliveira; ZACAR, Cláudia Regina Hasegawa; SANTOS, Aguinaldo dos; SMYTHE, Kelli Cristine Assis da Silva (orgs.). **Coletânea de estudos do PPGDESIGN/UFPR: novos horizontes da pesquisa em design**. Curitiba: CRV, 2023.

FERRAZ, Talitha. **A segunda Cinelândia carioca**. Rio de Janeiro: Mórula Editorial, 2012.

FERREIRA, Andreia da Paixão. A invenção do rádio: um importante instrumento no contexto da disseminação da informação e do entretenimento. **Múltiplos Olhares em Ciência da Informação**, v. 3, n. 1, p. 1 – 17, mar. 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufmg.br/index.php/moci/article/view/16969>>. Acesso em: 28 jan. 2023.

FILHO, Luís Viana. **A vida de Rui Barbosa**. Porto: Lello & Irmão, 1981.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. São Paulo: Ubu Editora, 2017.

FOLZ, Rosana Rita. **Mobiliário na Habitação Popular**. 2002. 199 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2002.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

FRANCHINI, Fernanda. **Cenas de infâncias: o cinejornal Bandeirante da Tela e as políticas de assistência na São Paulo dos anos 1950**. 2021. 225 f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

FREIRE, Rafael de Luna. Da geração de eletricidade aos divertimentos elétricos: a trajetória empresarial de Alberto Byington Jr. antes da produção de filmes. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 26, nº 51, p. 113-131, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/eh/a/pKTwMpQBmNcDQwmpZNWfxP/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 27 mar. 2023.

FREIRE, Rafael de Luna. Cinephon: sobre como cinema sonoro impulsionou a fabricação de projetores cinematográficos no Brasil. **Aniki**, Lisboa, v. 5, n. 1, p. 105-125, 2018. Disponível em: <https://aim.org.pt/ojs/index.php/revista/article/view/357>. Acesso em: 13 ago. 2021.

FREIRE, Rafael de Luna; ZAPATA, Natasha Hernandez Almeida. Quantas salas de cinema existiram no Brasil? Reflexões sobre a dimensão e características do circuito exibidor brasileiro. **Significação – Revista de Cultura Audiovisual**, São Paulo, v. 44, n. 48, p. 176-201, 2017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/135195/136941>. Acesso 10 jan. 2022.

GARCIA, Tânia da Costa. Tudo Bem e o nacional-popular no Brasil dos anos 70. **História**, São Paulo, v. 26, n. 2, p. 182-200, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/his/a/WNCF3z86bNxndNzRsK9fp8k/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 15 jan. 2022.

GASPAR, Tatiana de Souza. **Edifício Diederichsen: concepção e trajetória**. 2022. 670 f. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) – Instituto de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2021.

GENARO, Thiago de Mello. **Práticas publicitárias: linguagem, circuito e memória na produção de anúncios impressos no Brasil (1951-1965)**. 2012. 333 f. Dissertação (Mestrado em História) – Faculdade Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

GINZBURG, Carlo. “Seu país precisa de você”: um estudo de caso em iconografia política. In: **Medo, reverência, terror: quatro ensaios de iconografia política**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

GOMES, Tânia Maria de Oliveira. **As pin-ups contemporâneas: dos moldes da moda ao modo de vida. Um estudo sobre éthos, estereótipos e ideologia em blogs com temática retrô**. 2017. 312 f. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

GONZAGA, Alice. **Palácios e poeiras: 100 anos de cinemas no Rio Janeiro**. Rio de Janeiro: Record/FUNARTE, 1996.

KAMINSKI, Rosane. Gosto brejeiro: as revistas ilustradas e a formação de juízos estéticos em Curitiba (1900-1920). In: BREPOHL, Marion; CAPRARO, André Mendes; GARRAFFONI, Renata (orgs.). **Sentimentos na História: linguagens, práticas, emoções**. Curitiba: Editora UFPR, 2012.

KATINSKI, Julio Roberto. **Reflexões sobre o design industrial**. São Paulo: Olhares, 2022.

KOPYTOFF, Igor. A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo. In: APPADURAI, Arjun (org.). **A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niterói: EdUFF, 2008.

KORMANN, José. **Rio Negrinho que eu conheci**. Curitiba: Tipowest, 1980.

LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. São Paulo: UNICAMP, 2013.

LEON, Ethel. **IAC – Primeira escola de design do Brasil**. São Paulo: Blucher, 2014.

LEON, Ethel (org.). **Michel Arnoult, design e utopia: móveis em série para todos**. São Paulo, SESC, 2016.

LIMA, Paula Coelho Magalhães de. A Exposição de 1917 no Palácio das Indústrias em São Paulo: representações do industrialismo na metrópole nascente. In: VI Colóquio Latino-Americano sobre Recuperação e Preservação do Patrimônio Industrial, 2012, São Paulo, **Anais do VI Colóquio Latino-Americano sobre Recuperação e Preservação do Patrimônio Industrial**, 2012, p.1-23.

LIMEIRA, Aline de Moraes. **Educação Particular e Publicidade no Almanak Laemmert (1844/1859)**. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LOBATO, Nathalia Theophilo; SILVA, Osvaldo Bruno Meca Santos da; SANTOS, Raissa Monteiro dos; SANTOS, Tamires Martins dos. Mappin Stores: ecos do consumo na sociedade paulistana. In: Encontro Estadual de História da ANPUH-SP, XXIII, 2016, Assis, **Anais do XXIII Encontro Estadual de História da ANPUH-SP**. Assis, ANPUH-SP, 2016, p.1-16.

LOFEGO, Silvio Luiz. 1954 – A cidade aniversariante e a memória coletiva: o IV Centenário da Cidade de São Paulo. **Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História**, São Paulo, v. 20, p. 301-314, abr. 2000. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/10821/8039>>. Acesso em 13 jul. 2022.

LOFEGO, Silvio Luiz. **IV Centenário da Cidade de São Paulo: uma cidade entre o passado e o futuro**. São Paulo: Annablume, 2004.

LOURENÇO, Maria Cecília França. **Operários da modernidade**. São Paulo: Hucitec/EDUSP, 1995.

LUCA, Tania Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org.). **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2008.

LUCA, Tania Regina de. A produção do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) em acervos norte-americanos: estudo de caso. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 31, nº 61, p. 271-296, jun. 2011.

LUCA, Tania Regina de; MARTINS, Ana Luiza (orgs.). **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012.

LUNA, Francisco Vidal; KLEIN, Herbert S. **História Econômica e Social do Brasil: O Brasil desde a República**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2016.

LUNA, Francisco Vidal; KLEIN, Herbert S. **História Social do Brasil Moderno**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2020.

MACHADO, Erika Pereira. **A cobertura do Theatro Municipal do Rio de Janeiro: restauração ou reconstrução?** 2012. 99 f. Dissertação (Mestrado em Preservação do Patrimônio Cultural), Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Rio de Janeiro, 2012.

MALTBY, Richard. New Cinema Histories. In: MALTBY, Richard; BILTEREYST, Daniel; MEERS, Philippe. **Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies**. Chichester: Blackwell Publishing, 2011.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MAFRA, Antônio Dias. **A história do desenvolvimento da indústria do mobiliário (Região do Alto Vale do Rio Negro: São Bento do Sul, Rio Negrinho e Campo Alegre)**. 1993. 88 f. Monografia (Especialista em História) – Centro de Pós-graduação, Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 1993.

MAFRA, Antônio Dias. **História do Poder Legislativo de São Bento do Sul**. [S.l.: s.n.], 2017.

MEURER, Augusto; ZAMONER, Michele Tais Dalle Carbonare. Pesquisas sobre a Móveis Cimo: principais temas abordados com base em uma revisão bibliográfica. **Arcos Design**, [S. l.], v. 16, n. 2, p. 345–359, 2023. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/arcosdesign/article/view/73426>. Acesso em: 10 jan. 2024.

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

MYSLAVSKYI, Volodymyr. The Formation of the Film Business in Ukraine (1896–1916). **Apparatus. Film, Media and Digital Cultures of Central and Eastern Europe**, [S. l.], n. 16, 2023. Disponível em: <https://www.apparatusjournal.net/index.php/apparatus/article/view/330>. Acesso em: 5 jan. 2025.

MORAES, Julio Lucchesi. **Sociedades Culturais, Sociedades Anônimas: distinção e massificação na economia da cultura brasileira**. Alameda: São Paulo: 2020.

MORIN, Edgar. **O cinema ou o homem imaginário: ensaio de antropologia sociológica**. São Paulo: É Realizações, 2014.

MOURA, Irene Barbosa de. **A cidade e a festa: Brecheret e o IV Centenário de São Paulo**. 2010. 176 f. Tese (Doutorado em História Social), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

MUNSTERBERG, Hugo. **Fotodrama: um estudo psicológico**. Jundiaí: Paco Editorial, 2024.

NETO, Antônio Leão da Silva. **Dicionário de filmes brasileiros**. São Paulo: Leão Neto, 2002.

NIEMEYER, Lucy. **Design no Brasil: Origens e Instalação**. Rio de Janeiro: 2QB, 2007.

OLIVEIRA, Milena Fernandes de. **Consumo e Cultura Material, São Paulo “Belle Époque” (1890-1915)**. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Econômico), Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2009.

PARETO JUNIOR, Lindener. **O cotidiano em construção: os "práticos licenciados" em São Paulo (1893-1933)**. Dissertação (Mestrado em História e Fundamentos da Arquitetura e do Urbanismo), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

PARETO JUNIOR, Lindener. **Pândegos, rábulas, gamelas: os construtores não diplomados entre a engenharia e a arquitetura (1890-1960)**. Tese (Doutorado em História e Fundamentos da Arquitetura e do Urbanismo), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

PERROT, Michelle. **História dos Quartos**. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

PEYERL, Débora Cristina; MELO JÚNIOR, João Carlos Ferreira; GUSSO, Luana de Carvalho Silva. **Da floresta à cidade: a história ambiental de Rio Negrinho, SC (1913-1953)**. Curitiba: Editora Bagai, 2022.

PINSKY, Carla Bassanezi. Apresentação. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org.). **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2008.

PINTO, Aloysio de Alencar. A música, o pianista e o cinema silencioso. In: **Filme-Cultura**. n. 47, ago. Rio de Janeiro: Embrafilme, 1986.

RABELO, Fernanda Lima. De Experts a “Bodes Expiatórios”: a elite técnica do DASP e a reforma no funcionalismo público federal no Estado Novo (1938-1945). **Acervo: Revista do Arquivo Nacional**, v.25, n. 2, p. 78-91, jul./dez. 2012. Disponível em:

<https://revista.arquivonacional.gov.br/index.php/revistaacervo/article/view/323/323>. Acesso em: 10 out. 2021.

ROSENFELD, Anatol. **Na Cinelândia paulistana**. São Paulo: Perspectiva, 2002.

ROSENFELD, Anatol. **Cinema: Arte & Indústria**. São Paulo: Perspectiva, 2019.

SALAS de cinema de São Paulo: resgate histórico dos cinemas de São Paulo. Disponível em: <http://www.cinemasdesp2.com.br/>. Acesso em: 03 dez. 2021.

SANTANA, Pedro Ariel (org.). **Design Brasil: 101 anos de história**. São Paulo: Editora Abril, 2010.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. Propaganda e História: antigos problemas, novas questões. **Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História**, v. 14, p. 89-112, fev. 1997. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/11237/8244>. Acesso em: 09 dez. 2023.

SANTI, Maria Angélica. **Contribuições aos estudos sobre as origens da produção seriada do mobiliário no Brasil: a experiência da Móveis CIMO S/A**. 2000. 197 f. Dissertação (Mestrado em Estruturas Ambientais Urbanas) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

SANTI, Maria Angélica. **Mobiliário no Brasil: origens da produção e da industrialização**. São Paulo: SENAC, 2013.

SANTOS, Maria Cecília Loschiavo. **Móvel Moderno no Brasil**. São Paulo: SENAC, 2017.

SANTOS, Maria Cecília Loschiavo. **Tradição e modernidade no móvel brasileiro**. São Paulo: Olhares, 2024.

SANTORO, Paula Freire. **A relação da sala de cinema com o espaço urbano em São Paulo: do provinciano ao cosmopolita**. 2004. 335 f. Dissertação (Mestrado em Estruturas Sociais e Urbanas) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

SARAIVA, Silva Karla de Oliveira. **Design Marginal em São Luís-MA – A cadeira de macarrão: uma análise semiótica de seus aspectos culturais e identitários**. 2016. 162 f. Dissertação (Mestrado em Design, Cultura e Sociedade) – Departamento de Desenho Industrial, Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

SCHVARZMAN, Sheila. Ir ao cinema em São Paulo nos anos 20. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 25, n. 49, p. 153-174, 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbh/a/nZW4BxfYhDngf473RQQgm9p/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 7 jul. 2010.

SCHVARZMAN, Sheila. História e historiografia do cinema Brasileiro: objetos do historiador. **Cadernos de Ciências Humanas – Especiaria**, Ilhéus, v. 10, n. 17, p.

15-40, 2007. Disponível em:
<https://periodicos.uesc.br/index.php/especiaria/article/view/786>. Acesso em: 10 jan. 2022.

SENNETT, Richard. **O Artífice**. Rio de Janeiro: Record, 2015.

SHOHAT, Ella; STAM, Robert. **Crítica da imagem eurocêntrica: Multiculturalismo e representação**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

SILVA, Naine Marcon da. **As revistas Acrópole e Habitat e a consolidação da arquitetura moderna brasileira (1950-1956)**. 2017. 233 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Instituto de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2019.

SILVA, Osvaldo Bruno Meca Santos da. **Forma, função, produção: a publicidade da Unilabor e um projeto de modernidade**. 2019. 162 f. Dissertação (Mestrado em História) – Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade Federal de São Paulo, Guarulhos, 2019.

SILVA, Osvaldo Bruno Meca Santos da; ATIQUÊ, Fernando. Morar Anunciado: a veiculação publicitária da Unilabor na mídia paulistana. **Risco Revista de Pesquisa em Arquitetura e Urbanismo**, São Carlos, v. 19, p. 1–21, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/risco/article/view/171972>. Acesso em: 30 jun. 2021.

SIMIS, Anita. **Estado e cinema no Brasil**. São Paulo: Annablume, 1996.

SIMIS, Anita. Marcos na exibição de filmes no Brasil. **Políticas Culturais em Revista**, v. 10, n. 2, p. 59–94, jul./dez. 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/pculturais/article/view/24440/16204>. Acesso em 23 nov. 2023.

SIMÕES, Inimá. **Salas de cinema em São Paulo**. São Paulo: Secretaria Municipal de Cultura, 1990.

SOUSA, Márcia Cristina da Silva. **Entre achados e perdidos: colecionando memórias dos palácios cinematográficos da cidade do Rio de Janeiro**. 2013. 439 f. Tese (Doutorado em Memória Social) – Centro de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

SOUZA, José Inácio de Melo. O cinema na cidade: algumas reflexões sobre a história da exibição no Brasil. **MNEMOCINE**. 2013. Disponível em: <http://www.mnemocine.com.br/index.php/cinema-categoria/24-histcinema/200-resenhafreire>. Acesso em: 03 de janeiro de 2022.

SOUZA, José Inácio de Melo. José de Sá Rocha: engenheiro municipal - uma trajetória pessoal e a formação de um corpo técnico para gestão da cidade. **INFORMATIVO ARQUIVO HISTÓRICO DE SÃO PAULO**, 9 (35): fev. 2014a. Disponível em: <http://www.arquivohistorico.sp.gov.br>. Acesso em: 03 mar. 2025.

SOUZA, José Inácio de Melo. **Salas de cinema em São Paulo: 1895-1929**. 2014b. Disponível em: <https://fotoplus.info/bases/cine.htm>. Acesso em: 04 out. 2022.

SOUZA, José Inácio de Melo. **Salas de cinema e história urbana de São Paulo (1895–1930): o cinema dos engenheiros**. São Paulo: SENAC, 2016.

SOUZA, José Inácio de Melo. Os primórdios do cinema no Brasil. In: RAMOS, Fernão Pessoa; SCHVARZMAN, Sheila. **Nova História do Cinema Brasileiro**. São Paulo: SESC, 2018.

SOUZA, Pedro Luiz Pereira de. **ESDI: biografia de uma ideia**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1996.

STECZ, Solange Straube. **Cinema Paranaense 1900-1930**. 1988. 191 f. Dissertação (Mestrado em História) – Setor de Ciências Humanas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 1988.

SUANO, Marlene. Alfaias, apetrechos, tarecos, trecos: os móveis. In: MUSEU PAULISTA. **Como explorar um museu histórico**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2000.

TOLEDO, Roberto Pompeu de. **A capital da vertigem: uma história de São Paulo de 1900 a 1954**. São Paulo: Objetiva, 2015.

VAZ, Toninho. **O rei do cinema: a extraordinária história de Luiz Severiano Ribeiro, o homem que multiplicava e dividia**. Rio de Janeiro: Record, 2008.

VERTOV, Dziga. Resolução do conselho dos três. In: XAVIER, Ismail. **A Experiência do cinema: antologia**. Rio de Janeiro: Edições Graal/Embrafilme, 1983.

VIEIRA, João Luíz; PEREIRA, Margareth Aparecida Campos da Silva. **Espaços de sonho: cinema e arquitetura no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Embrafilme, 1983.

VIEIRA, João Luiz. Prefácio. In: BRUM, Alessandra; BRANDÃO, Ryan (orgs.). **Histórias de cinemas de rua de Minas Gerais**. Juiz de Fora, Editora UFJF, 2021.

VIEIRA, João Luiz Vieira. João Luiz Vieira. In: JACKS, Nilda. **Espectatorialidade e públicos: entrevistas**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2023.

XAVIER, Ismail. **A Experiência do cinema: antologia**. Rio de Janeiro: Edições Graal/Embrafilme, 1983.

ZAMONER, Michele Tais Dalle Carbonare. **Estudo sobre a durabilidade do mobiliário da CIMO S.A.: uma contribuição para o design de móveis contemporâneo**. 2016. 133 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016.

ZAMONER, Michele Tais Dalle Carbonare. **Design do mobiliário brasileiro de madeira: evolução e perspectivas**. 2021. 256 f. Tese (Doutorado em Design) –

Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2021.

ZANATTO, Rafael Morato. O I Festival Internacional de Cinema do Brasil (1954). **Aniki**, Lisboa, v. 8, n.1, p. 101-130, 2021. Disponível em: <https://aim.org.pt/ojs/index.php/revista/article/view/728>. Acesso em: 23 mar. 2024.

ZANATTO, Rafael Morato; ARCHANGELO, Rodrigo. A cultura cinematográfica e sua história. **Faces da História**, v. 9, n. 1, p. 26 - 31, 2022. Disponível em: <https://seer.assis.unesp.br/index.php/facesdahistoria/article/view/2390>. Acesso em: 26 ago. 2022.

ZAPATA, Natasha Hernandez Almeida. **A noiva da colina vai ao cinema: história da exibição cinematográfica em Piracicaba (SP)**. 2018. 233 f. Tese (Doutorado em Cinema e Audiovisual) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018.

ZIPPERER, Josef. **São Bento no passado: reminiscências da época da fundação e povoação do município**. Curitiba: Tipografia João Haupt & Cia. Ltda, 1954.

AUDIOVISUAIS

A METRÓPOLE e o Balé. Direção: Carlos Augusto Calil. São Paulo: Videoimagem. 1998. 25 min.

Um homem com uma câmera. Direção: Dziga Vertov. União Soviética: All-Ukrainian Photo Cinema Administration. 1929, 68 min.

O Seu Repórter Esso. Direção: Ruy Rezende. São Paulo: TV TUPI. 1954. 44 seg.

OWENS, John. **The 100-year Evolution of Movie Theater Seating** - Frame Voyager, 2023. 1 vídeo (12 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yGz70MyZTGE>. Acesso em: 13 mar. 2024.

DOCUMENTAIS

2000 POLTRONAS em 48hs! **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico**. São Paulo, 13 nov. 1954.

ANNUARIO Commercial, Industrial, Agrícola, Profissional e Administrativo da Capial Federal e dos Estados Unidos do Brasil – Alamank Laemmert. Rio de Janeiro: Oficinas Typographicas do Almanak Laemmert. 1920.

ANNUARIO Commercial, Industrial, Agrícola, Profissional e Administrativo da Capial Federal e dos Estados Unidos do Brasil – Alamank Laemmert. Rio de Janeiro: Oficinas Typographicas do Almanak Laemmert. 1931.

ANNAES da Camara Municipal de São Paulo – 1915. São Paulo: Typographia Piratininga: 1915.

ANNAES da Camara Municipal de São Paulo – 1916. São Paulo: Typographia Piratininga: 1916.

A EXPOSIÇÃO Industrial da cidade de São Paulo: A Residencia. **A Cigarra**. São Paulo, 31 out. 1917.

A PRAÇA. **O Estado de S. Paulo**. São Paulo, 12 mai. 1918.

AS CONCLUSÕES do I Congresso Nacional de Exibidores Cinematográficos. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico**. São Paulo, 29 jun. 1946.

AS GRANDES Industrias Brasileiras. **O Dia**. Curitiba, 10 nov. 1939.

A INDUSTRIA catarinense e sua expansão no país. **A Gazeta: a voz do povo**. Florianópolis, 18 nov. 1941a.

A INDUSTRIA catarinense e sua expansão no país. **O Estado**. Florianópolis, 21 nov. 1941b.

AS POLTRONAS CIMO. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico**. São Paulo, 09 dez. 1959.

AS TRÊS fases decisivas do cinema mundial. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico**. São Paulo, 13 abr. 1957.

ARQUIVO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO. Prontuário delegacia nº 6507 - Prontuário Geral nº 41473. **Departamento de Ordem Política e Social**. São Paulo. 09 de outubro de 1947.

ALMEIDA, Guilherme de. **Carta a Valério Giuli**. Fundo Comissão do IV Centenário da Cidade de São Paulo. Série Organização de Espetáculos. Caixa 107, Processo nº 4398, f. 9 (Arquivo Histórico Municipal de São Paulo-AHM). 4 out. 1954.

BAHIA, Claudio A. **Carta a Darcy Pereira de Oliveira**. Fundo Comissão do IV Centenário da Cidade de São Paulo. Série Despesa. Caixa 214, Processo nº 4641, f. 6 (Arquivo Histórico Municipal de São Paulo-AHM). 04 nov. 1954.

BALLET do IV Centenário. **Programa oficial** (Acervo do Theatro Municipal de São Paulo). Nov. 1954.

BASTOS, Antônio. **O Exibidor**. São Paulo, fev. 1957.

BIEKARCK, outra vez Cinematographista. **Cinearte**. Rio de Janeiro, 24 abr. 1929.

BRASIL. Decreto nº 16590, de 10 de setembro de 1924. Aprova o regulamento das casas de diversões públicas. **Presidência da República**. Rio de Janeiro, RJ. 10 set. 1924.

BRASIL. Decreto-lei nº 579, de 30 de julho de 1938. Organiza o Departamento Administrativo do Serviço Público, reorganiza as Comissões de Eficiência dos Ministérios e dá outras providências. **Câmara dos Deputados**. Rio de Janeiro, RJ, 30 jul. 1938.

BRASIL. Companhia Industrial de Móveis. **Diário Oficial dos Estados Unidos do Brasil**. Imprensa Nacional: Rio de Janeiro, 1944.

BRASIL. IBGE. **Censo Demográfico de 1960**, 1962.

CANINÊO, Raphael. **Carta a Jorge Zipperer & Cia**. Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. 15 jan. 1935.

CATÁLOGO Móveis CIMO. Sem data.

CASA Britannia. **O Estado de S. Paulo**. São Paulo, 24 mai. 1919.

CHRONICA Social. **Correio Paulistano**. São Paulo, 02 jul. 1930.

CIA. Construtora de Santos. **Relatório do andamento dos serviços de construção do Palácio da Bolsa Oficial de Café**. 19 jun. 1922.

CIMO. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico**. São Paulo, 24 jun. 1950.

CINE Theatro Avenida. **Correio da Manhã**. Rio de Janeiro, 28 ago. 1926.

CINE Bandeirantes. **O Estado de S. Paulo**. São Paulo, 14 abr. 1939.

CINE “Arlequim”. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico**. São Paulo, 26 dez. 1953.

CINE Paulista. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico**. 26 mar. 1955.

CINEMA “Selecto” – A sua inauguração. **Correio Paulistano**. São Paulo, 17 jun. 1922.

COMISSÃO DO IV CENTENÁRIO DE SÃO PAULO. **Catálogo oficial da Exposição do IV Centenário e I Feira Internacional de São Paulo**. São Paulo, 1954.

COMPANHIA Streiff de São Bernardo. **Revista São Paulo Moderno**. Porto Alegre, 1919.

COMO novas. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico**. São Paulo, 16 out. 1954.

CONTRACTO. Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. Sem data.

DASP. **A Manhã**. Rio de Janeiro. 28 out. 1941.

DECLARAÇÃO como base de credito. Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. 16 out. 1935.

DESDE o filme de Carlitos. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico.** São Paulo, 31 dez. 1955.

ÊLES são exigentes...! **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico.** 27 dez. 1958.

EM 1921 CIMO mobiliou a primeira casa de espetáculos em Santos. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico.** São Paulo, 29 set. 1951.

EXÓRDIO. **O Exibidor.** São Paulo, jun. 1960.

EXPOSIÇÃO Industrial da cidade de São Paulo: A Residencia. **A Cigarra.** São Paulo, 17 out. 1918a.

EXPOSIÇÃO Industrial da cidade de São Paulo: MacDonald & Cia. **A Cigarra.** São Paulo, 17 out. 1918b.

EXPOSIÇÃO Internacional do Centenário da Independência. **República.** Florianópolis, 28 ago. 1923.

EXPRESSÃO de capacidade da industrial brasileira. **A Notícia.** Joinville, 23 nov. 1941.

GIULI, Valério. **Carta a Guilherme de Almeida.** Fundo Comissão do IV Centenário da Cidade de São Paulo. Série Organização de Espetáculos. Caixa 107, Processo nº 4398, f. 35 (Arquivo Histórico Municipal de São Paulo-AHM). 20 out. 1954.

GLOCK, Felipe. A falsa modéstia do comerciante. **Revista Móveis CIMO.** Curitiba, abr. – set. 1956.

GOMES, Paulo Emílio Salles Gomes. Chaplin é cinema? **O Estado de S. Paulo.** Suplemento Literário. 11 set. 1965.

GUIA do comprador. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico.** São Paulo, 21 mai. 1955.

GURGEL, Boanerges do Amaral. **Ao serviço Taquigráfico.** Fundo Comissão do IV Centenário da Cidade de São Paulo. Série Organização de Espetáculos. Caixa 107, Processo nº 4398, f. 8 (Arquivo Histórico Municipal de São Paulo-AHM). 1 out. 1954.

GRANDES films requerem grandes casas e poltronas confortáveis! **Cinearte.** Rio de Janeiro, 03 nov. 1926.

HÁ UM MOMENTO em que nosso auxílio lhe é indispensável. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico.** 24 jun. 1955.

IMPORTANTE Missão Industrial. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico.** São Paulo, 13 ago. 1955.

INAUGURADO o Cine Paulista. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico**. 21 mai. 1955;

JORGE ZIPPERER & CIA. **Revista Souza Cruz**. Rio de Janeiro, 1926.

JORGE ZIPPERER & CIA. **Carta ao Bank of London & South America Ltda**. Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. 02 set. 1930.

JORGE ZIPPERER & CIA. **Carta a Eduardo Whitaker Penteado**. Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. 15 out. 1931.

JORGE ZIPPERER & CIA. **Carta a Gustavo Zieglitz**. Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. 05 dez. 1937.

JUNTA Commercial. **Revista do Commercio e Industria**. São Paulo, jul. 1916, p. 208).

JUNTA Commercial. **Revista do Commercio e Industria**. São Paulo, jul. 1917, p. 252.

JUNTA Commercial. **Revista do Commercio e Industria**. São Paulo, abr. 1920, p. 248.

KASTRUP, Paulo. **Carta a Jorge Zipperer**. Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. 08 out. 1929.

KASTRUP, Paulo. **Carta a Jorge Zipperer & Cia**. Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. 18 mar. 1935.

LEGITIMO orgulho da indústria brasileira. **O Dia**. Curitiba, 16 nov. 1941a.

LEGITIMO orgulho da indústria brasileira. **Correio do Paraná**. Curitiba, 17 nov. 1941b.

LIVRO de ouro comemorativo do Centenario da Independencia do Brasil e da Exposição Internacional do Rio de Janeiro. 7 de setembro de 1822 a 7 de setembro de 1922 - 7 de setembro de 1923. Rio de Janeiro: Officinas Typographicas do Almanak Laemmert, 1923.

MARCO na Evolução Intelectual do Paraná. **Revista Móveis CIMO**. Curitiba, dez. 1958.

MIL Novecentos e Trinta e Quatro. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico**. São Paulo, 29 jun. 1946.

MILLAN, Fernando. **Carta a Guilherme de Almeida**. Fundo Comissão do IV Centenário da Cidade de São Paulo. Série Organização de Espetáculos. Caixa 107, Processo nº 4398, fls. 2-3 (Arquivo Histórico Municipal de São Paulo-AHM). 22 set. 1954.

MILLAN, Fernando. **Carta a Guilherme de Almeida**. Fundo Comissão do IV Centenário da Cidade de São Paulo. Série Despesa. Caixa 214, Processo nº 4641, f. 2 (Arquivo Histórico Municipal de São Paulo-AHM). 27 out. 1954.

MOTION Picture Herald. **Media History Digital Library**. Disponível em: <https://mediahistoryproject.org/features/publications-volumes.php?id=Motion+Picture+Herald>. Acesso em: 21 set. 2024.

MOVEIS fornecidos durante o ano 1928 para São Paulo. Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. 1928.

NOVA fase de Cine-Repórter. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico**. São Paulo, fev. 1964, p. 6.

O CINEMA Selecto foi inaugurado hoje. **Gazeta do Povo**. Santos, 16 jun. 1922.

O CONFÔRTO determina a preferência. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico**. 12 mar. 1955.

O MÁXIMO em belêsa, confôrto e durabilidade. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico**. São Paulo, 25 set. 1954.

OS QUE REALIZAM o progresso do Paraná. **A Divulgação**. Curitiba, fev. 1955.

PALAVRAS ao leitor. **Revista Móveis CIMO**. Curitiba, dez. – fev. 1952.

PEDIDOS Penteado. Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. Sem data.

PENTEADO, Eduardo Whitaker. **Pedido de Antônio Diederichsen**. Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. 27 set. 1934.

POLTRONA de cinema – Evolução e Mercado. **O Exibidor**. São Paulo, jun. 1960.

POLTRONAS para Cinema. **Correio da Manhã**. Rio de Janeiro, 03 jan. 1926.

POLTRONAS para cinemas e Theatros, de finíssima imbuva paranaense. **Cinearte**. Rio de Janeiro, 1928.

POLTRONAS CIMO para o Cine Ópera de Curitiba. **Revista Móveis CIMO**. Curitiba. Out. - Dez. 1956.

PROLOGO. **Revista São Paulo Moderno**. Porto Alegre, 1919.

REPÓRTER Esso. **Roteiro de locução**. Direção de Ruy Rezende. Rede Tupi de Televisão. Acesso RE19541103 (Banco de Conteúdos Culturais – Cinemateca Brasileira). 3 out. 1954.

REVENDO o arquivo de “Cine-Repórter”. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico**. São Paulo, 08 dez. 1951.

REVISTA Móveis CIMO. **A Divulgação**. Curitiba, Jul. - Ago. 1951.

RIO NEGRINHO. Decreto nº 15204, de 21 de março de 2023. Dispõe sobre o tombamento da “Chaminé da CIMO”, localizada na Avenida Richard Schweitzer de Albuquerque, no Centro Cívico de Rio Negrinho. **Diário Oficial dos Municípios de Santa Catarina**. Florianópolis, 27 mar. 2023. Disponível em: <https://www.diariomunicipal.sc.gov.br/atos/4677973>. Acesso em: 23 jan. 2024.

SÃO PAULO. Ato nº 983, de 21 de setembro de 1916. Regulamenta a lei nº 1954, de 23 de fevereiro de 1916. **Prefeitura Municipal de São Paulo**, São Paulo, SP, 21 set. 1916.

SÃO PAULO. Lei nº 3.427 de 19 de novembro de 1929. Institui o código de obras Arthur Saboya. **Prefeitura Municipal de São Paulo**, São Paulo, SP, 19 nov. 1929.

SÃO PAULO. Ato nº 663, de 10 de agosto de 1934. Consolida o código de obras Arthur Saboya. **Prefeitura Municipal de São Paulo**, São Paulo, SP, 10 ago. 1934.

SÃO PAULO. **Livro Índice de Emplacamento**. Departamento de Obras. Serviço de Emplacamento. Livro 2, p. 55 (Arquivo Histórico Municipal de São Paulo-AHM). 1920.

SÃO PAULO. **Livro Índice de Emplacamento**. Departamento de Obras. Serviço de Emplacamento. Livro 22, p. 57 (Arquivo Histórico Municipal de São Paulo-AHM). 1937.

SANTOS. Lei nº 675 de 6 de julho de 1922. Aprova o Código de Construções do Município. **Prefeitura Municipal de Santos**. Santos, SP, 06 jul. 1922.

SILVA, Candinho Vaz da. **Formalização do orçamento endereçada a Fernando Millan**. Fundo Comissão do IV Centenário da Cidade de São Paulo. Série Despesa. Caixa 214, Processo nº 4641, f. 3 (Arquivo Histórico Municipal de São Paulo-AHM). 27 out. 1954.

SILVA, Homero. Reforma do Teatro Municipal. **Diário da Noite**. São Paulo, 21 ago. 1952.

SILVA, Quirino da. Reforma do Teatro Municipal. **Diário da Noite**. São Paulo, 08 nov. 1954.

TEATRO Municipal de São Paulo. **Revista Acrópole**. São Paulo, jan. 1956.

UM RECORDE de velocidade. **Folha da Manhã**. São Paulo, 27 nov. 1954.

VISITA do Sr. Felipe Gloch, da CIMO de Curitiba, a Cine-Repórter. **Cine-Repórter: Semanário Cinematográfico**. São Paulo, 31 mar. 1956.

VOTE na chapa que assegura o progresso de tua terra! **A Notícia**. Joinville, 23 fev. 1936.

ZIEGLITZ, Gustavo. **Carta endereçada a Jorge Zipperer**. Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. 08 abr. 1935.

ZIPPERER, Jorge. **Carta a Lourenço de Mattos Borges**. Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. 10 abr. 1935.

ZIPPERER, Jorge. **Carta ao Sr. José B. de Andrade**. Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. 16 mai. 1939.

ZIPPERER, Martin. **Pedido de Martin Zipperer para construção de depósito de madeiras**. Série Obras Particulares. Caixa 358 (Arquivo Histórico Municipal de São Paulo-AHM). 02 fev. 1915.

ZIPPERER, Martin. **Carta a Jorge Zipperer**. Arquivo Histórico Municipal de Rio Negrinho. 21 abr. 1931.

ZIPPERER, Martin. Reminiscências do Ano 1921 – Capítulo II. **Informativo CIMO & ASSOCIMO**, Rio Negrinho, nov. 1973a.

ZIPPERER, Martin. Reminiscências do Ano 1921 – Capítulo III. **Informativo CIMO & ASSOCIMO**, Rio Negrinho, dez. 1973b.

ZIPPERER, Martin. Reminiscências do Ano 1921 – Capítulo IV. **Informativo CIMO & ASSOCIMO**, Rio Negrinho, jan. 1974a.

ZIPPERER, Martin. Reminiscências do Ano 1921 – Capítulo V. **Informativo CIMO & ASSOCIMO**, Rio Negrinho, fev. 1974b.

DIGITAIS

CARVALHO, Fernanda. [Mensagem de pesquisa]. Mensagem recebida por: acervo@liceuescola.com.br. 11 fev. 2025.

GOMES, Márcia. [Mensagem de pesquisa]. Mensagem recebida por: haupt@haupt.com.br. 01 nov. 2023.

GOOGLE EARTH® WEBSITE. Disponível em: <https://earth.google.com/earth/d/1YQJZncKSRZtB5OvWbWOLOkFRrkdK-2GP?usp=sharing>. Acesso em: 08 set. 2025.

HISTÓRIA Municipal. **Câmara Municipal de Rio Negrinho**. Disponível em: <https://www.camaramn.sc.gov.br/imprensa/institucional/Historia/1/2020/711>. Acesso em: 21 dez. 2023.