

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS
DESENHO INDUSTRIAL – PROJETO DO PRODUTO**

**O HISTÓRICO DA MÓVEIS CIMO S/A E SEU LEGADO DE DESIGN:
UM ESTUDO DE CASO**

HERICO FERREIRA PRADO

CURITIBA

2009

HERICO FERREIRA PRADO

**O HISTÓRICO DA MÓVEIS CIMO S/A E SEU LEGADO DE DESIGN:
UM ESTUDO DE CASO**

Monografia apresentada como requisito parcial à conclusão do curso de Desenho Industrial – Projeto do Produto, Centro de Ciências Exatas e Tecnológicas, Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

Orientadores:

Prof. Dr. Antônio Martiniano Fontoura

Prof. Me. José Luiz Casela.

Co-orientador:

Prof. Me. Alex Antônio Ferraresi

CURITIBA

2009

HERICO FERREIRA PRADO

**O HISTÓRICO DA MÓVEIS CIMO S/A E SEU LEGADO DE DESIGN:
UM ESTUDO DE CASO**

Monografia aprovada como requisito parcial à conclusão do curso de Desenho Industrial – Projeto do Produto, Centro de Ciências Exatas e Tecnológicas, Pontifícia Universidade Católica do Paraná, pela seguinte banca examinadora:

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Antônio Martiniano Fontoura
Orientador

Prof. Me. José Luiz Casela
Orientador

Prof. Me. Alex Antônio Ferraresi
Co-orientador

Curitiba, _____ de _____ de 2009

AGRADECIMENTOS

À minha tia Ivanil pelo carinho, prestatividade e acima de tudo por me ensinar valores e conceitos que levarei comigo por toda minha vida.

Aos professores orientadores e aos demais que contribuíram com informações e acreditaram no potencial da pesquisa.

Aos meus chefes e colegas de trabalho que possibilitaram minha ausência de alguns dias do escritório para me dedicar ao projeto.

Aos entrevistados e amigos, que me apoiaram de forma sem igual.

RESUMO

O presente estudo de caso tem por objetivo descobrir como a Móveis Cimo utilizou elementos de design antes de ser estabelecido tal ensino no País. O trabalho inclui um levantamento histórico da empresa com início meio e fim daquela que foi precursora em diversos aspectos, bem como análise dos processos de produção e design aplicado aos móveis. O trabalho é dividido em cinco partes. A primeira trata da abordagem do design no século XIX e o início da fabricação de móveis no Brasil. A segunda refere-se ao início da empresa, levantando historicamente diversas questões. A terceira traz a tona a Móveis Cimo em si, contando detalhes e entremeios da fabricação de cadeiras. A quarta demonstra os processos de fabricação dos móveis e análise do design, culminado com as observações e conclusões no quinto e último capítulo.

Palavras chave: Cimo. Design de móveis. Processos de fabricação de móveis. Design brasileiro.

ABSTRACT

The aims of the present case studied is to discover what design elements did the CIMO Furniture used before the formal design study started in this country. The research includes a whole historical survey of the company until the end of that company which was precursory in many aspects. It also includes an analysis of their processes production and design applied to the furniture. The study is divided in five parts. The first one deals what kind of design was approached in the XIX century, it means that the beginning of the furniture manufacture in Brazil. Second the beginning of the company mentioned raises historically many questions. The third part brings elucidate the CIMO Furniture Co. detailing manufacture specially the chairs. Fourth it demonstrates the processes of manufacture of the furniture and the design analysis. Finally, it presents comments and conclusion.

Keywords: CIMO. Furniture design. Furniture manufacture processes. Brazilian design.

LISTA DE FIGURAS

Fig. 01 – Pedra Litográfica.....	8
Fig. 02 – Lê Bom Marche Stores – Primeira Loja de Departamento (França).....	9
Fig. 03 – Poltrona estilo Francês - século XVIII.....	12
Fig. 04 – Cadeira Thonet (estilo austríaco).....	13
Fig. 05 – Um dos primeiros modelos de poltronas conjugadas de cinema.....	18
Fig. 06 – Cadeira 1001.....	19
Fig. 07 – Cadeira do final da década de 20.....	20
Fig. 08 – Sede da Móveis Cimo em Rio Negrinho – SC.....	24
Fig. 09 – Poltrona de Cinema Vitória.....	25
Fig. 10 – Logotipo da Cimo – Década de 50.....	26
Fig. 11 – Árvore de Imbuia (usada na fabricação de móveis).....	27
Fig. 12 – Mesa Cimo com tampo folheado em Jacarandá.....	29
Fig. 13 – Encaixe espiga.....	29
Fig. 14 – Furacão de boca de lobo (cadeira 1001).....	31
Fig. 15 – Tapa-furo de madeira.....	31
Fig. 16 - Poltrona de cinema estofada.....	34
Fig. 17 – Poltrona de Cinema conjugada sem estofamento.....	34
Fig. 18 – Detalhe interno de estofamento antigo.....	35
Fig. 19 - Cadeira 1001.....	35
Fig. 20 – Detalhe da porca retangular.....	36
Fig. 21 – Detalhe dos arcos em madeira.....	36
Fig. 22 – Detalhe da fixação traseira.....	37
Fig. 23 – Imagem de catálogo.....	37
Fig. 24 – Cadeira 2001 (imagem de catálogo).....	38

Fig. 25 – Detalhe da fixação das travessas com o pé.....	39
Fig. 26 – Modelo universitário.....	39
Fig. 27 – Conjunto escolar Cimo.....	40
Fig. 28 – Conjunto escolar Cimo (imagem de catálogo).....	41
Fig. 29 – Conjunto escolar Cimo (imagem de catálogo).....	41
Fig. 30 – Cadeira de balanço.....	42
Fig. 31 – Imagem de catálogo (quarto).....	45
Fig. 32 – Imagem de catálogo (escritório).....	46
Fig. 33 – Imagem de catálogo (cadeiras).....	46
Fig. 34 – Detalhe de armário Cimo.....	48
Fig. 35 – Selo de identificação da marca.....	49
Fig. 36 – Chaminé da antiga sede da Cimo, em Rio Negrinho.....	53
Fig. 37 – Cadeira Cimo, homenagem da Desmobilia.....	53

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	1
1.1 Origem do trabalho.....	2
1.2 Problematização.....	2
1.2.1 Pergunta de pesquisa.....	2
1.2.2 Objetivo geral.....	2
1.2.3 Objetivos específicos.....	2
1.3 Justificativa.....	2
1.4 Delimitações do trabalho.....	3
1.5 Metodologia.....	3
1.6 Estrutura do trabalho.....	4
2. REFERENCIAL TEÓRICO	5
2.1 Conceitos e definições de design.....	5
2.2 O design brasileiro no século XIX.....	7
2.2.1 O Design Gráfico.....	7
2.2.2 O Registro de marcas.....	7
2.2.3 O avanço da Litografia.....	8
2.2.4 O Design de Produto.....	9
2.3 O mobiliário doméstico.....	11
2.4 Estilos dos móveis adotados no Brasil.....	12
3. A CIMO ANTES DA CIMO – RESGATE HISTÓRICO E INÍCIO DA PRODUÇÃO DE CADEIRAS.....	14
3.1 Jung & Cia. – O início de tudo.....	14
3.2 A morte de Willy Jung e a nova sociedade.....	16
3.3 O início da fabricação de móveis pela a.Ehrl & Cia e as novas razões sociais.....	17
3.4 A era próspera: organização e consciência ecológica.....	21
3.5 A morte de Jorge Zipperer.....	23
4. MÓVEIS CIMO S/A: DIRETRIZES COMERCIAIS E ASPECTOS TÉCNICOS.....	24

4.1 Processos tecnológicos: O design como processo técnico.....	27
4.1.1 Tratamento da madeira.....	27
4.1.2 Madeiras utilizadas na produção dos móveis.....	28
4.1.3 Usinagem.....	29
4.1.4 – Montagem e desmontagem.....	30
4.1.5 Colagem.....	31
4.1.6 Acabamento.....	32
4.2 - Análise dos produtos.....	33
4.2.1 – Poltronas de Cinema.....	33
4.2.2 – Cadeira 1001.....	35
4.2.3 – Cadeira 2001.....	38
4.2.4 – Cadeira universitária.....	39
4.2.5 – Mesa e cadeira escolar.....	40
4.2.6 – Cadeiras de balanço.....	42
4.3 Design aplicado aos produtos.....	43
4.3.1 – O departamento técnico.....	44
4.3.2 – O design de dormitório.....	47
4.3.3 – O design de cadeira.....	48
4.4 – O início do ensino de design no país e o declínio da Cimo.....	50
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	54
5.1 Quanto à empresa.....	54
5.2 Quanto aos produtos.....	55
5.3 Quanto ao design.....	56
REFERÊNCIAS.....	58

1. INTRODUÇÃO

1.1 ORIGEM DO TRABALHO

O design de produto para qualquer empreendimento comercial, nos últimos tempos, vem se mostrando fator diferencial na decisão de compra. Os consumidores não se preocupam somente com o preço. A escolha do produto depende também do envolvimento emocional que o consumidor tem para com o objeto em questão. O design, como ferramenta potencial para a aquisição de qualquer bem, não só resolve problemas mecânicos e ergonômicos. O design torna o produto mais desejado.

Diversas são as empresas que utilizam elementos de design para agregar valor em suas marcas e produtos, indústria automobilística, indústria têxtil, cerâmica e tantas outras quanto se pode imaginar. A indústria de móveis se mostra bastante madura quando o assunto é design. O sul do País concentra o maior setor moveleiro do Brasil. Empresas outrora gigantes ou atualmente reconhecidas por sua qualidade e design, deram seus primeiros passos em terras sulistas.

No início do século XX, no Brasil, a Móveis Cimo, ainda que não respondesse pela razão social de Cimo, teve um importante papel para o desenvolvimento do setor moveleiro no sul; quiçá do País. Foi a pioneira em processos como a laminação de madeira, sistemas próprios de encaixes e qualidade como sinônimo de marca.

O histórico da Cimo foi efêmero: Teve um início, um meio e, no início da década de 80, um fim. Tamanha foi sua receptividade e relevância, que muitos ainda se lembram de suas peças e recordam com carinho as carteiras escolares nas quais estudaram no passado. Com esses elementos sendo discutidos numa pesquisa sobre Design no Brasil, o enfoque na empresa CIMO passou a ser o carro chefe desta pesquisa.

O design utilizado na Cimo é visível se olharmos as peças por ela fabricadas. O que chama atenção aí, é que a primeira escola superior de desenho industrial no País foi a ESDI- Escola Superior de Desenho Industrial, fundada em 1962 no Rio de Janeiro, mas a Cimo continha elementos claros de design desde a década de 20, quarenta anos antes? Analisando esta questão, surgiram diversas dúvidas quanto aos métodos utilizados pela Cimo para agregar valor em seus produtos.

Em conversas com profissionais do design e orientação dos professores, foi delimitada a pergunta chave para o início da pesquisa. No presente trabalho se encontra um referencial teórico sobre situação do design no século XIX e como isso culminou no início da fabricação

de móveis no Brasil. Depois é feito um levantamento histórico da empresa, com informações cruciais para entender as perspectivas futuras. O mesmo contém também análise dos processos de fabricação da Cimo e análise do design. A justificativa deste trabalho será explicada adiante, por ora, vamos as resoluções e problematização deste contexto.

1.2 PROBLEMATIZAÇÃO

1.2.1 Pergunta de pesquisa

De que maneira a Móveis Cimo utilizou elementos de Design em suas peças, uma vez que ainda não havia sido estabelecido o ensino de design no País?

1.2.2 Objetivo Geral

Identificar de que maneira a Móveis Cimo utilizou elementos de Design em suas peças, uma vez que ainda não havia sido estabelecido o ensino de design no País

1.2.3 Objetivos específicos

- a) Realizar levantamento histórico a fim de averiguar como se deu a fabricação de móveis pela empresa;
- b) Analisar as técnicas de produção de móveis da Cimo;
- c) Analisar os elementos de design das peças.

1.3 JUSTIFICATIVA

Mais do que uma análise dos elementos de design da Móveis Cimo, esta pesquisa trata do resgate histórico da mesma, da fundação ao término da empresa. Todo e qualquer designer, além do conhecimento técnico que possui, se utiliza de conhecimento empírico e histórico para realizar seus trabalhos. Somos o que vivemos e a história explica o presente.

Analisar o design de uma empresa com o porte da Cimo, ajuda a entender as diretrizes que a indústria de móveis tomou, e os fundamentos que tornaram o design do modo como ele é tratado atualmente no setor moveleiro.

A Cimo trouxe um universo de informações técnicas para indústria de móveis, informações essas deveras esquecidas hoje. O trabalho aqui apresentado, consiste em analisar o design e resgatar a memória da empresa. Estudantes e profissionais do setor em questão, podem usufruir do presente para entender o design atual de móveis e utilizar as técnicas da empresa para melhor realizar seu trabalho.

1.4 DELIMITAÇÕES DO TRABALHO

O presente estudo estará delimitando a empresa Móveis Cimo, que foi a maior empresa do setor da América Latina entre as décadas de 60 e 80. Devido a empresa ser extinta a quase 30 anos, não foi fácil realizar a pesquisa. Profissionais que lá trabalharam já faleceram ou se isolaram em locais insólitos, tornando quase impossível o contato em tempo hábil para finalizar o estudo.

Outro percalço é o fato de ter poucos escritos referentes a Cimo. Na biblioteca da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Universidade para qual o presente foi feito, há apenas uma revista para consulta *in loco*, que traz informações pouco relevantes para o caso. Em artigos da internet encontram-se poucas informações, geralmente reproduções de outros sites sem qualquer cunho referencial ou atestado de veracidade.

O estudo trata duma pesquisa exploratória, consistindo num estudo de caso, o que possibilitou um maior enfoque e resultado para atender a proposta. Foram levantadas informações bibliográficas e entrevistas com historiadores e profissionais ligados diretamente à empresa. Essas informações foram cruzadas com o conhecimento específico de design para analisar o problema.

1.5 METODOLOGIA

Esta pesquisa, além de histórica, no sentido de resgatar o histórico da empresa, ascensão e queda, processos tecnológicos e de produção, organização, design e fatores de conhecimento específico em geral, é experimental, pois possibilitará o resgate de tais conhecimentos pela indústria. Além de tudo, é principalmente um estudo de caso, com enfoque no histórico e design de uma companhia que se tornou a maior da América Latina com o passar dos anos.

Para o levantamento de dados para o trabalho, inicialmente foi feita uma pesquisa bibliográfica. A falta de informação, todavia, acarretou numa pesquisa de campo, com

entrevistas concedidas por José Kormann, historiador residente em São Bento do Sul que trabalhou como professor dentro da empresa na década de 70 e escreveu um livro sobre a família Zipperer, co-fundadora da Cimo; e Henry Henkels, historiador que também reside em São Bento e que escreveu o melhor artigo sobre a Cimo que o autor pôde encontrar.

José Kormann contribui muito quanto ao levantamento histórico da empresa. Lembrou detalhes e situações não escritas em nenhum outro lugar, relatou de forma clara como a empresa era querida pelos funcionários e pessoas que direta ou indiretamente convieram com os produtos da Cimo.

Henry Henkels não foi menos importante. Bastante solícito, contribuiu com a maioria do histórico aqui encontrado. Henkels possui informações precisas quanto as mudanças de razão social, valor de indenizações, nomes da organização da empresa, início e queda da Cimo em geral.

O levantamento de dados técnicos, processo de fabricação, tecnologia aplicada à produção e design da Móveis Cimo S/A., foi retirado numa entrevista em vídeo com o ex-funcionário Arnoldo Pokrandt, concedida à alunos da Universidade Tuiuti do Paraná em 2002 e trabalho monográfico de Marília Sugai Ogama, UTFPR, 2003.

As considerações finais e conclusões foram realizadas com base na presente pesquisa, concluindo um raciocínio que foi construído ao longo dos capítulos.

1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO

O trabalho foi estruturado em 5 capítulos. O primeiro trata da introdução, abordando o tema escolhido, pergunta de pesquisa, objetivos e suas delimitações.

O segundo levanta considerações sobre o design e suas definições e busca resgatar de maneira breve e sucinta a situação do design no final do século XIX. O capítulo finaliza tratando do Móvel doméstico e seus estilos pouco antes da Cimo entrar no mercado.

O terceiro capítulo resgata o histórico da empresa, o início, as sociedades que foram feitas e desfeitas, como se iniciou a fabricação de cadeira.

O quarto continua com o histórico da empresa, traçando uma análise dos processos de produção dos móveis e análise do design,

O quinto e último conclui com as observações e considerações finais do trabalho.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONCEITOS E DEFINIÇÕES DE DESIGN

Ultimamente o termo Design vem sendo usado de tantas maneiras e com tanta frequência que seu real significado é deixado de lado. Geralmente é utilizado para conotar a estética de um produto ou como auxílio para dar requinte a profissões terceiras, sem ligação semântica ou filosófica ao termo original. Com essa deturpação, termos como *Hair Design*, *Nail Design* e adjacências, invadem a linguagem coloquial sem a menor preocupação “social” que tal imposição termal possa ter.

A banalização que o Design vem sofrendo afeta todos os profissionais ligados à área. Pessoas leigas que não entendem a essência dessa profissão (entende-se por leigas, pessoas que desconhecem algum assunto e não necessariamente que possuem baixa inteligência), não admitem o valor cobrado por um designer para o desenvolvimento de sua logo, identidade ou móveis de sua empresa. O design confunde-se aqui, com mero “desenho”, como se utilizassem apenas lápis de cor e papel tal qual como criança no primário.

O Design vem se tornando marginal, correndo por fora, traçando caminhos alheios ao entendimento coletivo. Em primeira instância, a banalização tem um importante ponto positivo: torna a palavra Design, ainda que a empobreça, conhecida e divulga, mesmo deturpadamente, a profissão do Designer. Em segunda instância banaliza o real significado por não levar em consideração os elementos fundamentais que essa designação possui.

Todos os dias se ouvem os meios de comunicação despejarem de forma imprudente, questões inicialmente vinculadas ao design, mas que não passam de apelo com fins unicamente comerciais. O novo design do carro tal, o novo design da garrafa de refrigerante, o som automotivo com “design agressivo”; todas essas expressões fazem parte do cotidiano como se o design fosse apenas um detalhe, uma palavra bonita pra realçar a venda. Mas será que o design é somente uma roupa nova? É apenas um embelezamento da forma e aparência?

Segundo o dicionário Aurélio (2009, pag. 33) “Design é a disciplina que visa a criação de objetos, ambientes, obras gráficas etc., ao mesmo tempo funcionais, estéticas aos imperativos de uma produção industrial”. Ou ainda, “Criado e concebido sob os critérios do Design”, e é nesse último aspecto que temos que nos atentar. O Designer segue critérios pré-estabelecidos, além do bom senso, para criar o que quer que seja.

A criação vai muito além de apenas um retoque. Exige criatividade, percepção, regras e acima de tudo disciplina. O designer se preocupa com o que ninguém mais se preocupa, ele observa os detalhes, as pequenas coisas que fazem diferença. Para Maldonado (1970, não pag.) “o engenheiro trabalha com quilômetros, o arquiteto com metros, o designer com centímetros”. Essa frase, muito conhecida entre os designers, exemplifica a ideologia da profissão. Demonstra o quão minucioso é o trabalho desses profissionais e o quão dedicados eles devem ser.

Para o desenvolvimento de um projeto, são levados em consideração diversos aspectos: conceito, função, público alvo, material, ergonomia, valor, micro e macroambiente, custo, molde, e vários outros fatores que podem interferir na decisão de compra do consumidor. O Designer formado atende por essa alcunha, por ter se preparado durante 4 anos na faculdade. A palavra Design possui todo um conjunto de atributos e elementos contidos nela. Há um trâmite de conceitos e ideais que não deveriam ser descartados e rebaixados a meras questões informais. O Designer deve aproveitar essa banalização, que torna sua profissão conhecida pela massa, para reestabelecer, se é que um dia foi estabelecido, o sentido elementar da palavra, os preceitos, a ideologia que outrora foi criada.

Segundo Eckstein (1985, não pag.) “Um objeto é determinado pela sua essência. Para ser projetado de forma que funcione corretamente - um vaso, uma cadeira, uma casa - sua essência precisa ser pesquisada; pois ele precisa cumprir corretamente sua finalidade, preencher suas funções práticas, ser durável, barato e bonito”. O designer é o responsável direto por inserir essas considerações em seu trabalho. Não basta, no entanto, seguir somente as regras. É preciso se utilizar do bom senso para adequar de maneira eficaz a solução ao problema. Nota-se que Design é muito mais que o significado pejorativo que hoje circula pelos meios de comunicação. Com todos esses atributos sendo levados em consideração, é justo que profissionais não formados, não ligados diretamente a área e tampouco entendidos do assunto, utilizem o mesmo adjetivo que o designer lutou tanto para conseguir?

Depende do ponto de vista. A banalização é fato, mas a consequência que ela causa torna a profissão mais conhecida. E o designer, como já dito, deve se adaptar e utilizar os percalços a seu favor. Explicações sobre design é complexa por si só.

Somente no século XX, há pouco tempo atrás, que os estudos sobre design foram retomados e discutidos. Se nos voltarmos ao passado, o simples ato de um Neandertal esculpir uma pedra para perfurar um animal, já nota-se vestígios de design. Construções, ferramentas, roupas, utilitários, todas essas percepções inseriram design em seu desenvolvimento, mesmo que o profissional em questão não soubesse que se tratava dos elementos básicos do design. O

design atravessou séculos e eclodiu definitivamente com o início da revolução industrial. A banalidade que o termo carrega, não condiz com seu aspecto histórico, que mesmo nas sombras, carrega o belíssimo poder da percepção humana.

2.2 O DESIGN BRASILEIRO NO SÉCULO XIX

A família real Portuguesa aportou no Brasil em 1808, e devido ao regime político estabelecido até então, somente depois da primeira metade do século XIX que o setor industrial brasileiro começou a se desenvolver. Em 1880 o Brasil possuía 200 estabelecimentos formais e, menos de 10 anos depois, em 1889 já contava com 600. Esses números podem parecer pouco representativo nos dias de hoje, mas para época foi mais que significativo, demonstrou que o País começava a caminhar rumo ao desenvolvimento e crescimento econômico.

Os primeiros indícios de design conceituados no Brasil surgem exatamente nesse período, já em suas duas vertentes principais: Design de Produto e Design Gráfico.

2.2.1 O Design Gráfico

Com o relativo avanço da industrialização, o Brasil aumentou a produção de alimentos e o consumo interno. Todo produto para ser vendido precisa de uma marca para divulgá-lo e destacá-lo entre seus concorrentes. Segundo Cardoso (2005, p. 28), “a grande maioria anunciava derivados do setor agrícola, como tabaco (rapé, fumo ou cigarros) e bebidas (fermentadas e destiladas, que também eram chamadas de xaropes)”. Claro que o trabalho gráfico da época não se resumia apenas a isso, tínhamos a indústria do mate, café, têxtil e até mesmo farmacêutica.

2.2.2 O Registro de marcas

O desenvolvimento gráfico no País começou a se tornar sério em 1875, quando deu-se início ao processo de registro de marca através da Junta Comercial. Na verdade em 1809, o então recém chegado Dom João VI já havia assinado um alvará relativo a legislação de patentes, mas somente em 1875 que ele entrou em vigor. O governo somente atentou para efetivar uma legislação que protegesse as marcas devido a um fato curioso de plágio que ocorreu na época. Em seu livro *O design antes do design*, Cardoso escreve:

Em 1873, o fabricante do Rapé baiano Área Preta, a Meuron & Cia., mais antiga no ramo, entrou com uma ação judicial contra a firma pernambucana de tabaco Moreira e Cia., por ter lançado no mercado o rapé Área Parda, com uma embalagem semelhante ao do famoso Área Preta...”(CARDOSO, 2005, p. 24).

Acontece que na ocasião, apesar de ficar evidente e má fé da concorrente, nada foi resolvido, uma vez que não existia uma lei específica para isso.

A Comissão de Justiça Criminal da Câmara dos Deputados, começou a partir deste incidente, a elaborar uma legislação para o uso de marcas, com o intuito de formalizar e creditar os verdadeiros donos dela. Na época o processo de registro ainda era um tanto confuso comparado a realidade de hoje. Primeiramente o fabricante devia apresentar a Junta Comercial sua marca. Após isso, a marca devia ser publicada no Diário Oficial ou em qualquer jornal de grande circulação. O último passo era recortar a publicação do jornal e anexar ao livro-registro da junta comercial com um breve descritivo da marca. Somente depois dessas etapas a marca era considerada registrada.

2.2.3 O avanço da Litografia

A maior parte dos rótulos impressos no século XIX era feita através da técnica Litográfica. Com a difusão desta técnica no Brasil, diversos produtos passaram a utilizar um rótulo diversificado tanto para o mercado nacional quanto para exportação. A Litografia oferecia um material de qualidade, barato e ágil para produzir. Tamanha foi a aceitação, que algumas empresas trabalhavam apenas comercializando pedras para a produção litográfica (fig. 01).

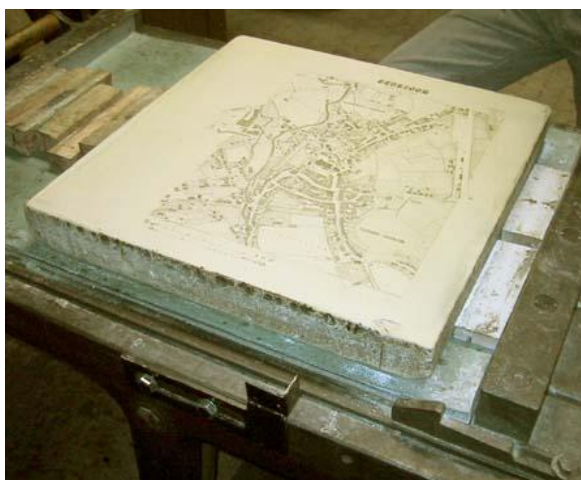


Fig. 01 – Pedra Litográfica

Fonte: tipografos.net

No decorrer litográfico, diversos meios foram criados para que o custo/benefício valesse a pena. Cada qual era responsável por uma área específica da produção. O mais importante, ou talvez o mais valioso, era o desenhista (ou litógrafo) que era incumbido de registrar os desenhos e tipografia para serem reproduzidos ao longo da impressão.

Se tal processo ocorresse nos dias de hoje, o litógrafo poderia muito bem ser visto como Designer. Acontece que no século XIX a profissão não era calcada em premissas criteriosas para execução de um projeto. Para gravar os desenhos nas pedras litográficas, era designada uma pessoa qualquer, podia ser um artista, um funcionário quebra-galho ou mesmo o próprio cliente.

Da Litografia surgiu a Cromolitografia, que era mesma coisa, só que alcançava cores e tons não possíveis através da técnica anterior. Essa possibilidade de variar tons, divulgou ainda mais a impressão de rótulos, revistas, jornais e cartazes no mercado nacional.

2.2.4 O Design de Produto

O crescimento global do século XIX trouxe a necessidade da sociedade em se reorganizar em questões de espaço, transporte, e diversos quesitos que de alguma forma interviam em suas vidas. Os anúncios e cartazes surgiram pela necessidade do comércio em divulgar marcas ou produtos específicos. Em meados do século XIX, quando revolução industrial começa a demonstrar influências por aqui, a classe burguesa começa a sentir necessidade de luxo, conforto e principalmente desejos por produtos não antes convencionais. Fato que se há um desejo, seja ele qual for, há uma satisfação do mesmo, o consumo começa a tomar a proporção que culminou no consumismo tanto estudado no século XX.

Se as cidades e o consumo cresciam rapidamente, o comércio, para acompanhar essa demanda, criou alguns meios que se adequassem a realidade atual. Surgiram assim as primeiras lojas de departamento (fig. 02).



Fig. 02 – Lê Bom Marche Stores – Primeira Loja de Departamento (França)

Fonte: fashionbubbles.com

Segundo Cardoso (2005. pág. 34), “as lojas de departamento viraram cenários aproximando-se assim, do espetáculo e do hábito moderno de olhar como forma de consumir. Consumir com os olhos caracteriza o regime de consumo como lazer e espetáculo. Desde o anúncio no jornal até os grandes reclames afixados às paredes, a publicidade começa a se definir na passagem do séc XIX para o XX como o veículo principal para a expressão dos sonhos em comum”.

A publicidade citada por Rafael Cardoso não trata-se apenas dos meios de divulgação. Trata-se da comoção geral que tais lojas causaram na sociedade da época. As mulheres, ainda pouco participativas socialmente, sentiram-se enaltecidas e entusiasmadas com a novidade.

“Para as mulheres, às quais era vedada uma maior participação em outras atividades como o trabalho e o estudo, a loja de departamento acabou se transformando em um mundo com infinitas possibilidades de interação e de expressão social, que mantinha a mulher longe, tanto da solidão doméstica, quanto do perigo das ruas”. (FERRAS, Q¹.)

Além do impacto que essas lojas causaram no psicológico dos consumidores, “as lojas de departamento contribuíram para a formação de métodos de distribuição e venda de mercadorias, pois garantiram a transição do consumo de varejo para o ritmo e escala industrial” (Queila Ferraz).

Paralelo ao crescimento comercial – entendido aqui como a proliferação de lojas que vendiam produtos diversos, gerando assim o consumo – as famílias de classe média preocupavam-se cada vez mais com a própria aparência, tendo a extensão do lar como principal indicativo de status. Mesas, armários, gavetas, maçanetas... Tudo era sinônimo e demonstrativo da vida afortunada que a burguesia queria passar.

“O exterior da casa das pessoas passou a ser visto cada vez mais como uma expressão do seu sentido interior, passível de apreciação e interpretação. A impressão de conforto, de luxo e às vezes de elegância passou a revelar uma preocupação extrema com o bem estar, a estabilidade e a solidez. (FERRAS, Q.).

Essa preocupação familiar e social que permeava a classe média é um dos primeiros indícios da personificação do Design. A casa devia combinar com as pessoas que moravam nela, portanto, quanto mais íntimo e pessoal fosse o interior dos lares, mais condizente com a

¹ Documento de acesso exclusivo eletrônico, mensagem pessoal.

realidade ela seria. O mobiliário dessas casas trouxe uma riqueza sem igual para o âmbito de Design do século XIX.

2.3 O MOBILIÁRIO DOMÉSTICO

Em geral, as casas eram munidas de espaço considerável em seu interior. Grandes casarões de arquitetura rústica dominavam o cenário das cidades. Dentro, era possível notar que os móveis eram dispostos de tal maneira que permitia passagem livre por todo o ambiente do cômodo. Se entrássemos num quarto da época, veríamos a cama ocupando a parte central, um aparador de canto ao lado da cama, um consolo em outra extremidade, um armário, uma cadeira ou marquesa para leitura. Esses móveis formavam basicamente o quarto da classe média. Apesar de simples, são os detalhes dos móveis que chamam atenção. O Design fino, bem entalhado e proporcional que cada peça apresentava, era de extrema beleza e requinte.

Os móveis eram tidos como peça chave para a harmonia da casa. No Brasil, os estilos utilizados na fabricação de móveis eram basicamente a repercursão do que acontecia na Europa. Como um País subdesenvolvido, tudo sempre demorava a chegar em terras tupiniquins. No início do século XIX ainda fabricávamos móveis simples, quase sem luxo calcado em estilos do século anterior. Segundo a pesquisa de Canti:

Nesse período, nos inventários paulistanos e baianos e nas crônicas dos viajantes estrangeiros, os móveis são modestos e, em geral, os interiores das casas não são ricos nem requintados. As peças mais citadas nesses documentos são: Tamboretas, com ou sem encosto, mesas de cavalete e da aba e cancela, cadeiras, bancos com ou sem encosto e cadeiras dobradiças. (CANTI,1988, pg.15)

A revolução industrial só começou a repercutir no Brasil depois da primeira metade de 1850, até então adotávamos todas as regras e sentidos do século XVIII. O design de móveis e o luxo das casas conotadas parágrafos acima, se iniciaram depois da vinda da família real portuguesa ao Brasil. De início, os aposentos resididos por Dom João VI e a corte real, adotaram os mesmos moldes de Portugal. Aos poucos, conforme os estilos de móveis europeus iam tomando proporções maiores, o Brasil começou a desenhar móveis mais trabalhados e detalhados, ainda sem um estilo próprio, copiando basicamente outros estilos e até mesmo formas de móveis estrangeiros.

2.4 ESTILOS DOS MÓVEIS ADOTADOS NO BRASIL

Fortemente influenciado por escolas européias, os estilos desenvolvidos no Brasil seguiam quase a risca concepções estrangeiras. Não havia por aqui ainda, uma ideologia maior quanto a uma própria identidade. Até mesmo marceneiros fabricantes de móveis eram escassos. Nos dois primeiros decênios do século XIX, dentre todas as variantes existentes, havia uma em especial que D. João VI, então supremo comandante do País, se identificava. Segundo Canti, “O estilo imperial francês era o preferido pela família real e pelos cortesãos” (1988, p. 15).



Fig. 03 – Poltrona estilo Francês - século XVIII

Fonte: www.buscashop.com

Após esse entusiasmo inicial do estilo francês (fig. 03), surge outro que também foi marcante. Em seu livro, Canti escreve a passagem: “A partir da segunda década e muito usado até a metade do século XIX, aparece no Brasil um estilo denominado por alguns historiadores de estilo D. João VI. Derivado do neoclássico do estilo imperial francês, conta com entalhes de interpretação brasileira de alguns elementos ingleses e com torneados no estilo regência”.

O avanço do estilo D. João VI permitiu aos marceneiros da época trabalhar elementos regionais e abraçar os móveis. Em Pernambuco surge o estilo pernambucano contendo características próprias e amplamente utilizado por todo o Nordeste. Como relata Canti, “esse estilo emprega como decoração frutos, tanto em pincas como isolados, e outros elementos fitomorfos, com entalhes altos” (1988, pág. 16). A utilização de elementos como frutos e entalhes diversificados, também se estendeu ao Sul do País até a primeira metade do século.

Vários outros estilos, ainda que menores, fizeram parte do cenário da época. Somente a partir de 1860, com o surgimento do estilo eclético, é que os móveis adquirem uma essência que se alastra até o século XX. O ecleticismo é composto de elementos de estilos de outros séculos, como renascimento, luízes, nacional-portugal etc. Com isso, os móveis passaram a agrupar características que se tornaram marcantes para o mobiliário nacional e o diferenciavam de estilos europeus.

Desde que a família portuguesa aportou no Brasil até a proclamação da república em 1889, os móveis brasileiros passaram por uma gama de estilos, luízes, rococó, neo-rococó, francês, inglês, alemão, D. João XI, pernambucano, eclético, Sheraton, Austríaco etc. O curioso é que alguns passaram de forma tão rápida que poucos são os registros de sua passagem. Muitos destes estilos ocorreram regionalmente, em partes específicas do País.

Em 1891 a produção de móveis no Brasil entra num processo importante, pois, influenciado pelo estilo Austríaco de curvas nos móveis, é fundada no Rio de Janeiro a Companhia de Móveis Curvados, que fabrica em escala imitando o modelo austríaco (fig. 04).



Fig. 04 – Cadeira Thonet (estilo austríaco)

Fonte: decorabrasil.com.br

Pouco tempo depois foi fundada a Moreira Santos, uma das maiores empresas de móveis na virada dos séculos. Essas empresas e a nova técnica do móvel curvado impulsionam de vez a fabricação e o comércio dos móveis no Brasil.

3. A CIMO ANTES DA CIMO – RESGATE HISTÓRICO E INÍCIO DA PRODUÇÃO DE CADEIRAS

3.1 JUNG & CIA. – O INÍCIO DE TUDO

Em 1879 nasceram duas crianças que posteriormente contribuiriam muito para o mobiliário brasileiro. O primeiro é Jorge Zipperer, nascido em 24 de abril em São Bento do Sul. Filho de imigrante europeu, foi professor de português e coletor federal em sua terra natal. O segundo, Willy Jung, nasceu em 30 de maio - provavelmente nos arredores de Leipzig, na Saxônia – e imigrou para o Brasil dois anos depois, em 1881.

No início do século XX, São Bento do Sul era uma cidade pouco desenvolvida. Habitada em maioria por imigrantes europeus, mantinha uma economia branda e pouca infraestrutura social e comercial. Em 1912, enquanto os EUA comemoravam o avanço marítimo e tecnológico com a construção do Titanic, Jung e Zipperer, no Brasil, confabulavam a idéia dum empreendimento próprio onde não mais teriam qualquer vínculo empregatício com nenhum meio comercial; seriam seus próprios donos e tomariam conta de seu próprio negócio.

Em meados de setembro fundam em São Bento uma casa de comércio de Secos & Molhados que foi um sucesso imediato na cidade. Com o próspero comércio indo bem, os dois amigos decidem investir o dinheiro num novo empreendimento, assim, um ano depois compram um terreno de 110 alqueires na região de Salto, próximo a onde futuramente seria fundada a cidade de Rio negro (Henkels, 2007).

No local escolhido construíram uma serraria tendo anexa uma fábrica de caixas de frutas.

Todo o empreendimento era movido por força a vapor e possuíam ali também um gerador com o qual iluminaram toda vila de operários, ruas, loja que atendia os empregados e, é claro, todos os galpões por onde se processava a produção fabril. Era realmente algo incomum para aqueles tempos. (KORMANN, 2005, p. 70)

Exportavam as caixas para Argentina, via Rio de Janeiro, o restante era comercializado principalmente em São Paulo, atingindo também outros estados. A serraria caminhou bem, conseguiram novos clientes, e respeito neste setor. Perceberam, no entanto, que a madeira de Rio do Salto era de má qualidade, obrigando os sócios a procurar outro local que suprisse o aumento da demanda e assegurasse a qualidade da madeira (KORMANN, 2005, p.).

Em 1915, vendem o comércio de Secos & Molhados a Carlos Zipperer, irmão de Jorge, e investem o dinheiro num terreno em Lageado - Paraná, a 12 km de Rio Negrinho. Lá montam a segunda serraria, denominada de “Encruzilhada”, pouco maior que a primeira. Esta serraria começa a operar em 1916, com equipamentos comprados da firma Peixota & Cia, de Piraquara, no Paraná.

Para que esta serraria pudesse operar, havia a necessidade de uma estrada que ligasse a serraria a estrada de ferro, possibilitando o escoamento da produção. Começou aqui um grande esforço político para que a estrada pudesse ser feita.

Zipperer e Jung, tiveram de usar um bom jogo de cintura para contornar as adversidades que a construção da estrada implicaria. Primeiro que nem todos estavam realmente interessados na construção, segundo que não havia dinheiro suficiente para a obra. Se comesçassem a construir sem apoio político, não teriam como terminar. Em reuniões e acordos findados, a coisa começou a acontecer.

O governo de Santa Catarina concedeu um aporte de 7:000\$000 (sete contos de réis). O governo do Paraná colocou 3:000\$000 (três contos de réis) em apólices de dívida pública, que foram vendidas por 2:100\$000 (dois contos e cem mil réis). A municipalidade de São Bento acabou comparecendo com a quantia de 250\$000 (duzentos e cinquenta mil réis) e a população do Lageado com cerca de 1.200\$000 (um conto e duzentos mil réis), incluídos ai 500\$000 (quinhentos mil réis) doados por Wenzel Kahlhofer, de São Bento, que tinha interesses em Lageado também. A obra completa da estrada teve um custo total de aproximadamente 20:000\$000 (vinte contos de réis). Sendo que o restante dos recursos, cerca de 9:500\$000 (nove contos e quinhentos mil réis), foram cobertos pela firma Jung & Cia (HENKELS, 2007, não pag.).

O início da obra acarretou em uma gama de modificações que a região viria sofrer. Foram construídos inúmeros bueiros, vários outros pontilhões e três grandes pontes para atravessar os rios que cruzavam o caminho da então Estrada Irany, como foi nomeada a obra.

A primeira ponte construía sobre o Rio Negrinho, foi chamada de “Ponte Fúlvio Aducci” e tinha 22 metros de passagem. A segunda, sobre o Rio Serrinha, tinha 8 metros. A terceira e última, feita sobre o Rio Negro tinha 54 x 4 metros e foi chamada de “Ponte Rodrigues”, nome do proprietário do terreno adjacente. Todas as pontes foram construídas com madeira de cerne (Henkels, 2007).

Apesar das dificuldades na construção como acidentes geográficos (duas serras, uma junto ao rio Serrinha e outra nos terrenos de Pedro Rodrigues e Augusto Wotroba, no Paraná), e outros percalços, a conclusão da estrada se deu ainda no final do ano de 1918.

3.2 A MORTE DE WILLY JUNG E A NOVA SOCIEDADE

A Jung & Cia, desde 1914 tentava comprar uma área adequada para a exploração de madeira próximo a linha férrea. Tentou durante 4 anos sem sucesso, somente em 1918, no decorrer da construção da estrada Irany é que foi oferecido a Zipperer e Jung um terreno entre os rios Negrinho e Serrinha, local exato onde cresce posteriormente a cidade de Rio Negrinho.

Este terreno tinha 25 alqueires e foi comprado de José Bley pelo ótimo preço de cem mil réis (100\$00) o alqueire. Ali foi construída a nova e moderna serraria, residências funcionais e transferida a casa comercial do Salto, visto que esse local estava muito mais próximo estrategicamente da estrada de ferro. Seriam agora três serrarias operando. (HENKELS, 2007, não pág.).

Apesar de todos os planos e projetos em andamento que os dois amigos de infância mantinham, um fato trágico muda a trajetória da empresa e obriga Jorge Zipperer a firmar sociedade com outro empreendedor. Seu sócio, Willy Jung, contrai a gripe espanhola - que assombrava o Brasil desde o surto inicial do ano anterior - e vem a falecer no dia 16 de janeiro de 1919. Como relata Kormann, “junto ao túmulo de Willy Jung não choravam somente sua esposa e filhos. Choravam também toda comunidade por aquele grande líder...” (KORMAN, 2005, pág. 72).

A sociedade foi desfeita pois a viúva de Jung não tinha intenção de continuar com o negócio do marido.

... sendo indenizada em 68:000\$000, valor contábil da participação do finado. Recebeu parte do valor em terrenos divididos entre os filhos e parte em prestações pagas, num total de 40:000\$000. (HENKELS, 2007, não pág.).

Com a morte inesperada de Jung, Jorge Zipperer, sócio remanescente, junta-se ao sapateiro Andréas Ehrl, firmando uma nova sociedade. Com um montante aplicado de 65:000\$000, a empresa passa a girar como A.Ehrl & Cia.

Em 1919, apesar do novo acordo comercial, a empresa passa por um momento de extremo risco. Com a saída de Willy Jung, a partilha da sociedade, o investimento anterior na estrada Irany, aquisições de terrenos e investimentos outros, a A.Ehrl & Cia., se vê obrigada a realizar empréstimos bancários com intuito de amenizar as perdas recentes e equilibrar a economia da empresa.

Outro percalço que complicava a operação da empresa nesta época, era fato de a EFSPRG (Estrada de Ferro São Paulo – Rio Grande) manter um tratamento diferenciado na

oferta de vagões. Somente certos clientes obtinham acesso aos vagões com acordo pré-firmados com os dirigentes políticos do grupo. Além do preço habitual do aluguel de vagões, propinas e facilidades concedidas pelos então clientes, facilitava o acesso dos mesmos a um maior número de vagões, o que dificultava o transporte de madeiras por empresas não adeptas ao acordo.

O grupo Brazil Railway Co., que detinha o controle acionário da EFSPRG, havia entrado em processo de falência em 1917. Administradores egressos de quadros políticos passaram a gerir a empresa. Com essa mudança de poder, corrupção e ilegalidade se tornaram comuns. De acordo com Jorge Zipperer, “era a coisa mais vergonhosa que jamais verificou-se” (HENKELS, 2005, não pag.).

3.3 O INÍCIO DA FABRICAÇÃO DE MÓVEIS PELA A.EHRL & CIA E AS NOVAS RAZÕES SOCIAIS

Em setembro de 1920, toda reserva de madeira da serraria junto à ponte Rodrigues foi exaurida. Com um terreno inútil para exploração de madeira, a empresa se desfez do mesmo vendendo-o por 43.000\$000 a Ludwig Schuster, que desmontou a serraria e a transferiu para Campo do Tenente, no Paraná.

Em viagem de negócios a São Paulo em 1921, Jorge visita o irmão, Martin Zipperer, que administrava uma fábrica de móveis de propriedade norte-americana, chamada McDonald's. Martin foi aluno do curso de marcenaria do Liceu de Artes e Oficinas de São Paulo e antes de sair de São Bento do Sul foi aprendiz numa marcenaria local, aperfeiçoando o ofício em Joinville na marcenaria de Leopoldo Réu. Posteriormente passa pelas marcenarias de Heinrich Dittert, de Curitiba e pela famosa Móveis Blumenschein & Cia., de São Paulo (HENKELS, 2005, p.).

Ficou decidido na conversa entre os dois irmãos que abririam uma fábrica de móveis em Rio Negrinho para contornar a má fase do comércio de madeira bruta, que abatia as classes envolvidas naqueles idos. Em outubro de 1921, Martin Zipperer deixa São Paulo e segue para Rio Negrinho, levando consigo 7 especialistas em marcenaria que trabalhavam com ele em São Paulo. Estes técnicos deram novo impulso à fabricação de produtos mais refinados.

Nesta época não foi possível para a empresa manter somente uma área de atuação. Os negócios seguiam diversificados. A produção de cadeiras não obteve o êxito esperado no início, e a empresa passou a trabalhar também com projetos de casas pré-fabricadas.

Forneciam madeira para a construção Civil e para quartéis do exército, além de caixas de laranja, negócio iniciado anos antes, 1915.

Em dezembro de 1921, poucos meses após a abertura definitiva do negócio de cadeiras, a empresa têm seu primeiro grande pedido: uma série poltronas para o Cine Seleta (fig. 05), de Santos SP.



Fig. 05 – Um dos primeiros modelos de poltronas conjugadas de cinema.

Fonte: Ogama (2003)

As poltronas de cinema da Cimo foram, por anos, o principal meio de lucro da empresa. Cinemas de todo Brasil compravam o produto para mobiliar suas salas. Anos depois essas poltronas ganharam estofado, mudança no design e processos de fabricação, o que será abordado mais adiante.

Apesar do negócio de cadeira ser promissor, a Cimo sentia necessidade dum produto específico, que fosse o carro chefe das vendas. Martin Zipperer - que nesta época era responsável pelo departamento técnico da empresa e supervisão dos marceneiros - aliado aos profissionais que lá trabalhavam, desenvolveu uma cadeira simples, com encosto simples, modo de fabricação simples, mas que para os padrões da época foi considerada extremamente moderna. A cadeira 1001 (fig. 06), como foi chamada, impulsionou os lucros da Cimo e foi fabricada exatamente com o mesmo design inicial anos a fio.



Fig. 06 – Cadeira 1001

Fonte: Ogama (2003)

Se analisarmos a cadeira 1001 sob o ponto de vista do design, percebemos elementos fundamentais que a tornam bela e moderna ainda nos dias de hoje. Esses elementos serão estudados com profundidade mais adiante, por ora, o que chama atenção no produto em questão é o encosto curvado, fabricado e pensado para se adequar melhor as costas, mas, como isso foi possível sem um estudo com definições e normas de ergonomia?

Por erros e acertos,oras. Outro fator, talvez o principal, que levou a empresa a definir a maioria dos encostos como o demonstrado na imagem a cima, foi o processo de curvar madeira copiado dos modelos de móveis europeus. A Cimo foi uma das pioneiras no Brasil, a utilizar o processo de curvar madeira por meio do vapor. Suas peças, clássicas, são facilmente notadas pelas curvas do encosto e o laminado de madeira.

Com a tecnologia aplicada aos móveis, a A.Ehrl e Cia se destacava cada vez mais no mercado. Em 1923, no entanto, Jorge Zipperer contrai Tifo numa viagem de negócios a São Paulo. Devido a enfermidade, teve que se afastar dos negócios para o tratamento. Durante esse tempo Andréas Ehrl dirigiu sozinho a empresa e isso, somado ao abalo da credibilidade que a empresa sofreu pelo afastamento de Zipperer e o descrédito do sistema bancário, fez o sapateiro se desmotivar e se afastar da empresa. Em dezembro recebeu o montante de 140:000\$000 (cento e quarenta conto de réis) por sua participação.

Jorge Zipperer, mais uma vez, se associa a outro empreendedor para firmar o negócio. Nicolaus Jacob, seu novo sócio, foi empregado da A.Ehrl & Cia. até 1921. Foi um ótimo funcionário, aliás; gerente da serraria de Salto, coordenou a construção da serraria de

Encruzilhada e demitiu-se da empresa para abrir sua própria serraria. Seu novo empreendimento durou em torno de 2 anos. Logo venderam o negócio, com a divisão do montante, auferiu a quantia de 15:000\$000.

Para firmar sociedade com Zipperer, Jacob entrou com um capital de 57:000\$000 (cinquenta e sete conto de reis), dos quais 42:000\$0000 (quarenta e dois contos de reis) eram emprestados de colonos com aval de Jorge. Uma nova razão social foi estabelecida e a empresa passou a operar como N. Jacob e Cia., a 11/02/1923 (HENKELS, 2007, p.).

No decorrer do ano de 1924 os negócios fluíram bem. A fabricação de móveis entra num ritmo aceitável graças ao preço e qualidade de suas peças (fig. 07). Ainda neste ano, vendem aproximadamente 60.000 cadeiras e poltronas de cinema. O País começa a reconhecer a empresa por seu Design e qualidade. Os negócios de caixas e de fornecimento de madeira para indústria civil também se desenvolveram bem. Paralelo a isso, Zipperer começou a achar que fazer sociedade com Jacob não foi um bom negócio.



Fig. 07 – Cadeira do final da década de 20

Fonte: mcb.sp.gov.br

Nicolau Jacob, apesar de trabalhador, era uma pessoa difícil de lidar. Genioso por natureza, causou uma verdadeira revolta entre os funcionários da empresa. Fato é que constam em documentos antigos e relatos do próprio Zipperer, que Nicolau abusou de seu estado de sócio, acabando por destratar ou desmerecer pessoas que foram colegas de trabalho do

passado. Na condição de sócio, e arrogância demasiadamente elevada, Nicolau criou diversos conflitos, e Jorge sempre interviu apaziguando as desavenças entre patrão e empregados.

No final de 1924, Jorge Zipperer, abatido e desgostoso pelo rumo que as coisas tomavam, propõe a Nicolau Jacob sua saída da empresa, oferecendo uma quantia de 90:000\$000 (noventa mil conto de réis). Este por sua vez quis 150:000\$000. As negociações seguiram até maio do ano seguinte, finalmente acordaram a quantidade de 120:000\$000 e Jacob retira-se da empresa. Em um ano de sociedade, Jacob que possuía apenas 15:000\$000 de início, obteve um lucro líquido de 63:000\$000, nada mau.

Com a saída de Jacob, decidiu-se transformar a empresa num empreendimento familiar. Compunham a sociedade Jorge Zipperer, sócio majoritário, seus irmãos Martin e Carlos Zipperer e mais alguns membros secundários como seus cunhados. Devido a questões políticas, Jorge nunca conseguiu até então colocar seu nome na razão social de seus negócios. Ele fora coletor federal em São Bento do Sul o que impedia que assumisse seu nome como assinatura. Na condição de comanditário e deixando para seus irmãos a condição de capitalistas investidores, em 1925 surge a Zipperer & Cia.

3.4 A ERA PRÓSPERA: ORGANIZAÇÃO E CONSCIÊNCIA ECOLÓGICA

A partir de 1925, os pedidos de cadeiras aumentaram consideravelmente. A empresa ganhava proporção nacional aos poucos, mas era bastante conhecida no sul do País. Além dos produtos serem bem aceitos no mercado de móveis, a organização interna da empresa permitiu que cada qual fosse colocado no lugar certo.

Compravam em maioria árvores em pé, terrenos inteiros que seriam utilizados para a fabricação de madeira. A Zipperer & Cia, desde o início e mudanças de sociedade, sempre produziu sua própria matéria-prima. Possuía suas próprias máquinas, serrarias e técnicas para o tratamento da madeira.

Do ponto de vista tecnológico evoluíram muito no primeiro momento, inclusive instalando estufas de secagem artificial de madeira, que proporcionava uma diminuição dos estoques reguladores e consequentes valores de giro embutido nesses estoques. (HENKELS, 2007, não pag.)

Percebe-se aqui a organização minuciosa da empresa, cada detalhe era analisado de forma coesa e prudente, tanto de maquinário quanto de investimento. Em 1929, Jorge Zipperer viajou a Europa em busca de uma máquina laminadora. A empresa tinha seus

próprios terrenos, com uma máquina laminadora poderiam produzir madeira compensada sem necessidade de terceirização. E assim foi. Em 1931 a fábrica de compensados estava a pleno funcionamento. Foi o início da grande produção de poltronas para cinema que tanto dignificaram a Móveis Cimo. (KORMANN, 2005,)

Outro fator importante na organização da empresa foi a estrada de ferro que era responsável pela maior parte do escoamento da produção. Na época, transporte viário, além de pouco utilizado, era lento e não respondia bem às expectativas. Remetiam a outra parte da produção pelo pequeno, porém eficiente porto de São Francisco do Sul. A empresa também se encarregava por grande parte dos fretes na entrega de seus produtos.

Posteriormente, o comércio de árvores em pé parou de ser o enfoque da empresa quanto as questões de matéria-prima. Passaram a comprar madeiras de pequenas ou grandes serrarias próximas as sedes de fabricação de móveis. Enquanto ainda comercializavam terrenos de madeira, a empresa estabeleceu um processo de replantio de árvores, assim, quando um determinado terreno extinguiu a madeira, no futuro poderiam ser nova fonte de matéria-prima. Ainda que o discurso de preservação do meio ambiente não fosse tão presente como hoje, a Cimo foi uma das pioneiras em consciência social relativo ao impacto ambiental que sua exploração poderia causar.

Em 1932 a companhia foi organizada pelo formato jurídico de uma sociedade anônima de ações, passando a girar como Cia. M. Zipperer – Móveis Rio Negrinho S/A. (Henkels, 2007)

A empresa era muito bem estruturada comercialmente na década de 1930, pois contava com bons representantes nos principais centros comerciais do Brasil. Seu quadro de representações comerciais em 1939 era:

- Rio de Janeiro – P. Kastrupp e Cia
- São Paulo – P. Kastrupp e Cia (filial)
- Florianópolis – H. Soncini
- Curitiba – Raymundo Egg & Cia
- Blumenau – Emílio Rossmark
- Joinville – Theo Moertel & Cia
- Bahia – Castro, Lima & Cia
- Fortaleza – Lima & Albuquerque
- Recife – J. Leite Basto

Nota-se pela abordagem a cima, que a companhia contava com inúmeros centros de representação. Isso permitiu que os produtos fossem comercializados em diversos pontos do País. Os três representantes do nordeste brasileiro eram responsáveis pelo comércio dos restantes dos estados do norte e nordeste do Brasil. No Sudeste, cada representante preocupava-se principalmente com o comércio de seu próprio estado. Destaca-se dos citados, o representante de Curitiba e Rio de Janeiro, cidades estas que também possuíam filias de móveis da empresa.

3.5 A MORTE DE JORGE ZIPPERER

Embora o avanço da companhia fosse evidente, no início da década de 40, Jorge Zipperer se torna enfermo (na pesquisa realizada não pôde ser verificado a causa da doença nem mesmo do que se tratava). Seu irmão Martin, assume a diretoria da empresa e leva os negócios adiante enquanto Jorge se recupera. Não foram felizes.

No dia 31/01/1944 Jorge Zipperer, o co-fundador da empresa que até então administrava, o homem que colocou a cidade de Rio Negrinho no mapa, vem a falecer. Para a família Zipperer foi um grande baque. Principalmente para seu irmão Martin, que via Jorge como símbolo maior de integridade e humanidade.

Os funcionários da empresa sofreram como tal. Jorge não era visto somente como o dono do empreendimento, ele era respeitado, era ícone adorado pela massa que o cercava. Nos anos que sucederam sua morte, a companhia toma novas diretrizes.

4. MÓVEIS CIMO S/A: DIRETRIZES COMERCIAIS E ASPECTOS TÉCNICOS.

Após a morte de Jorge Zipperer, a empresa, pressionada pelas contingências comerciais, dá um passo importante e ousado, aceitando a incorporação num aglomerado único de uma vasta gama de empresas ligadas ao seu corpo de representantes e que teoricamente apresentam interesses comerciais afins (HENKLES, 2007, não pág.).

Nesta operação incorporam-se à Cia. M. Zipperer – Móveis Rio Negrinho S/A., as seguintes empresas:

- Fábrica de Móveis Maida,
- Oficina de Artes e Mobiliário Ltda,
- Leopoldo Reu & Cia,
- Schauz & Buchmann Ltda,
- P. Kastrupp & Cia,
- Raymundo Egg & Cia.

A união dessas sete fábricas acabam por formar a Cia. Industrial de Móveis S/A., doravante conhecida como CIMO, CIMO S/A. ou simplesmente “Móveis Cimo”. Em 1954 a companhia passou a se chamar oficialmente MÓVEIS CIMO S/A.



Fig 08 – Sede da Móveis Cimo em Rio Negrinho – SC

Fonte: Henkels (2007)

A Móveis Cimo S/A. caminhou para se tornar a maior empresa de móveis da América Latina. Sua administração, no entanto, antes concentrada em Rio Negrinho e controlada

diretamente pelos irmãos Zipperer, passou a ser descentralizada, já que inúmeras cidades adeririam com fábricas e filiais.

Em princípio sua sede nacional foi no Rio de Janeiro, o controle majoritário de decisões ficou ligado ao grupo Kastrupp, que tinha grande prestígio comercial em todo o País. A diretoria em 1947 era a seguinte:

- Paulo Kastrupp – Diretor Presidente
- Martin Zipperer – Diretor Superintendente
- Paulo Kastrupp Fº, José Felix Maria Bianco e Raymundo Egg – Diretores
- Hercílio Fronza – Contador (status de diretor financeiro)

Passado alguns anos a família e a empresa Kastrupp se afastou da sociedade, retomando seu rumo independente no Rio de Janeiro.

Com família Kastrupp deixando o negócio, a administração principal ficou a cargo da cidade de Curitiba. Como relata Henkels, “O conglomerado Cimo produziu móveis para cinemas e auditórios onde conquistou o Monopólio do mercado” (HENKELS, 2007, não pág.). Nessa época a Cimo já era a maior empresa de móveis da América Latina, como referenciado a cima.

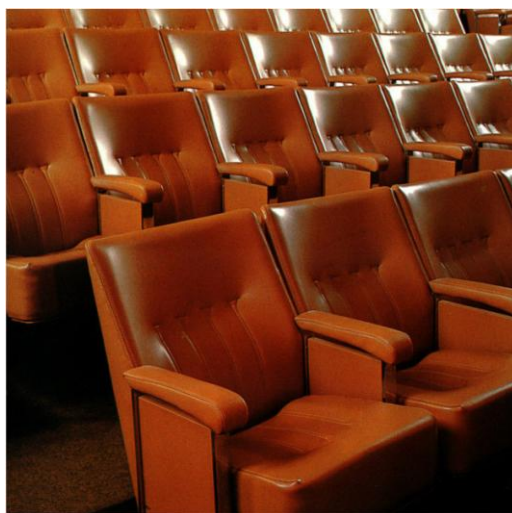


Fig. 09 – Poltrona de Cinema Vitória

Fonte: Ogama (2003)

Após a mudança oficial de administração, o departamento de marketing produz um logotipo para oficializar seu empreendimento. Surge assim a marca Moves Cimo S/A.



Fig. 10 – Logotipo da Cimo – Década de 50.

Fonte: Ogama (2003)

Embora o embrião que projetou a Cimo fosse concedido na cidade de Rio Negrinho, as decisões administrativas e comerciais ficavam cada vez mais distantes de sua terra natal. Até mesmo a família Zipperer opinava menos nas decisões estratégicas que envolviam o negócio. A diretoria da empresa das décadas de 1950 a 1970 praticamente não se alterou. Era assim composta:

- Raymundo Egg – Diretor Gerente (Curitiba)
- Martin Zipperer – Diretor Superintendente (Rio Negrinho)
- Carlos Zipperer, Dr. Elizeu Miranda e Felix Brandão Sobrinho – Diretores adjuntos.

Na década de 60 a monopólio da empresa foi notável. A Cimo tinha suas peças nos principais cinemas e auditórios do País, o departamento técnico era bem estruturado e os móveis, de qualidade sem igual. Neste ponto, daremos uma pausa no histórico da empresa para iniciarmos uma análise técnica mais precisa, abordando aspectos e elementos de design que compunham a Cimo mesmo sem um ensino e regras de design que foi estabelecido depois, com a fundação da ESDI em 1962. Os objetivos da pesquisas descritos inicialmente começam a ser respondido nas próximas linhas. Retomaremos a história da empresa - na verdade o declínio dela, pois a partir da década de 70 o fim começou a ser notado - depois, nas páginas finais do trabalho.

4.1 PROCESSOS TECNOLÓGICOS: O DESIGN COMO PROCESSO TÉCNICO

Design não é apenas forma e estética. Um designer preocupa-se com o todo, do processo de fabricação à comercialização do produto. Para entendermos o design da Cimo é necessário uma abordagem técnica. Delimitações dos móveis, muitas vezes, são constituídas de caráter técnico e não estético.

No início da empresa, quando resolveram fabricar cadeiras, Martin Zipperer, irmão do sócio fundador, trabalhava em um escritório de marcenaria em São Paulo. Após acordado com o irmão, se mudou para Rio Negrinho e lá começaram a montar a empresa. Martin havia trabalhado em diversos escritórios e frequentado diversos cursos na área.

A primeira parte do processo de desenvolvimento dos móveis vêm quanto à matéria-prima. É notável a rigorosidade que tinham quanto a essa questão pelo fato de mudarem uma serraria de local em função da madeira explorada na região ser de má qualidade. A cimo prezava pela qualidade.

4.1.1 Tratamento da madeira

A escolha da madeira era minuciosa, preferiam imbuia (fig. 11), que era extremamente comum e permitida de ser explorada, ao contrário de hoje onde o corte é controlado ou até mesmo proibido.



Fig. 11 – Árvore de Imbuia (usada na fabricação de móveis)

Fonte: amavi.org.br

As cadeiras da Cimo eram fabricadas quase em sua totalidade por Imbuias, que é uma madeira resistente e de cor avermelhada. Os móveis por excelência possuíam a cor da Imbuia, o que acabou caracterizando as peças da companhia.

A vasta quantidade de imbuia que se alastrava pelo entorno da fábrica e disponível para produção, propiciou que a Cimo desenvolvesse um processo particular de beneficiamento de madeira, evitando a terceirização. Após o beneficiamento, a madeira passava por um processo de secagem. Em princípio a secagem era natural, exposta ao tempo em céu aberto, empilhadas espaçadamente para circular ventilação. Havia um tempo médio de secagem, porém algumas madeiras levavam até 1 ano para secarem por completo. Após o período determinado, as madeiras eram estocadas em locais cobertos.

Inicialmente, quando a Cimo iniciou o processo de tratamento da madeira, poucas eram as madeiras secadas artificialmente por estufas. Apesar das estufas acelerarem a secagem das mesmas, no decorrer do processo toda umidade do material era retirada, perdendo a maleabilidade natural e tornando a madeira suscetível a rachaduras.

A estufa acelera o processo por submeter a madeira a altíssimas temperaturas. Como consequência disso, quase toda umidade era retirada. Toda madeira precisa dum mínimo de umidade natural para se comportar da maneira esperada. Após a secagem completa, a matéria-prima era submetida à ação do vapor para devolver um pouco da umidade anteriormente perdida. Por motivos técnicos e de custos, o processo era pouco utilizado até o final da década de 50.

4.1.2 Madeiras utilizadas na produção dos móveis

Como já citado, quase todas as estruturas maciças eram produzidas em imbuia. A Cimo possuía também uma fábrica de compensados, utilizando diversas vezes o material em suas peças. O compensado era produzido em canela ou imbuia, mas quando precisavam de maior estabilidade nos produtos, utilizavam cedro em seu miolo, exemplo disso são os tampos das mesas que fabricavam. O compensado era revestido por uma lâmina de madeira nobre para dar acabamento.

As lâminas de madeira para acabamento eram utilizadas em todos os produtos, excetuando aqueles fabricados exclusivamente por imbuia, que por si só já era um acabamento apropriado. As lâminas de conjuntos residências eram feitas em Jacarandá (fig. 12), caviúna, amendoim, sucupira, e Gonçalo Alves. Móveis de escritórios se utilizava imbuia.



Fig. 12 – Mesa Cimo com tampo folheado em Jacarandá.

Fonte: studionovebr.com

4.1.3 Usinagem

Na fabricação de cadeira utilizava-se o processo de encaixe espiga, que consiste numa abertura em uma peça (fêmea) e num desnível de outra (macho) conforme observado na fig. 13. Essas duas partes eram encaixadas e coladas para dar maior fixação.



Fig. 13 – encaixe espiga, utilizado nas cadeiras da Cimo.

Fonte: diegodeassis.wordpress.com

O encaixe espiga deveria ser muito bem feito ao passo que se ficasse folga em relação ao furo, o sistema não funcionaria de madeira adequada. A madeira por sua vez deveria estar bem seca, com umidade apropriada para não ceder ou trincar.

As espigas dos pés das cadeiras geralmente eram feitas por tornos ou facas especiais adaptadas no mandril de uma furadeira. O diâmetro do furo e da espiga eram iguais e batidos com martelo para encaixar. Para melhor fixação eram colados, mas se não fossem justos o

suficiente somente a cola não asseguraria a fixação necessária. O encaixe deveria ficar justo para evitar que uma peça se soltasse da outra.

Os profissionais envolvidos no processo, ainda que não fossem designers formados, eram de extrema qualidade. O design, como abordado, mais que estética é solucionar problemas, e num dado momento eles tiveram problemas.

Devido a crescente demanda e falta de equipamento apropriado no mercado, o chapeamento de bordas era feito manualmente e isso atrasava muito a produção. Desenvolveram então um sistema próprio para fixar a lâmina na borda da peça. Utilizaram uma mangueira grossa, tal qual como a de Bombeiros, e taparam as duas extremidades, uma ponta com válvula de escapa e outra com entrada de ar comprimido. Por todo o comprimento da mangueira, foi colada uma chapa de metal. Ao acionar o ar comprimido, a mangueira expandia e pressionava a chapa de metal contra as lâminas de borda. Assim eram coladas as bordas de várias peças.

Um designer deve ser engenhoso e criativo. Oras, e os profissionais vinculados a Cimo não eram? Essas indagações serão conotadas doravante, mas a partir desses preceitos nota-se que além de peças bonitas, nos entremeios do processo de produção já havia resquícios de design.

4.1.4 – Montagem e desmontagem

As cadeiras da Cimo eram todas desmontáveis, o que facilitava o transporte. Para longas distâncias, na ocasião de vendas, as cadeiras eram levadas desmontadas e no local de entrega eram montadas, coladas e parafusadas se fosse o caso. Todas as cadeiras eram encaminhadas prontas, com todas as furações e encaixes já feitos, um funcionário fazia a montagem e colagem das peças vendidas.

Algumas cadeiras, como a 1001, utilizava furações de boca de lobo (fig. 14) e porcas. Em alguns modelos era utilizado tapa-furos como acabamento (fig. 15).



Fig. 14 – Furacão de boca de lobo (cadeira 1001)

Fonte: Ogama (2003)



Fig. 15 – Tapa-furo de madeira

Fonte: Ogama (2003)

4.1.5 Colagem

Para fixar o encaixe espiga, além do macho e fêmea serem justos para um melhor encaixe, as peças eram coladas para não soltarem com o desgaste habitual do tempo. A cola utilizada era proveniente de restos de animais, compradas de curtumes. Para se produzir a cola, restos de animais eram cozidos e se extraía uma espécie de substância gelatinosa.

Para a utilização da cola nos materiais da companhia, esta deveria ser fervida em banho-maria, uma vez que se aquecida diretamente no fogo exalava um odor forte e

incômodo. Isso era feito por quê a cola em estado gelatinoso não possuía as ligas necessárias para fixação ideal, somente em estado líquido ela funcionava bem.

Na colagem das bordas de cadeiras e outros materiais o processo era curioso. Passava-se cola na peça e esfregava-se uma ferramenta especial para pressionar a lâmina na superfície que deveria ser colada. Para se certificar que a lâmina foi devidamente colada, pequenas batidas com a unha eram feitas. Desde modo, através do som, reconheciam se a lâmina estava ou não bem colada, já que se um som oco fosse emitido era sinal de que não havia dado certo. Neste caso pressionava-se novamente a ferramenta e se a lâmina continuasse solta, havia necessidade de umedecê-la com água. Depois passavam um ferro de passar roupas para aquecer novamente a cola, garantindo assim a fixação.

4.1.6 Acabamento

A cimo utilizava diversos tipos de acabamento superficial. Cada processo era escolhido conforme o produto fabricado ou novas tecnologias que apareciam com o passar do tempo. Para proteger e tornar a peça mais estética era aplicado, assim como nos dias de hoje, verniz, que era dividido em 4 etapas:

- Primeira mão de Goma-Laca;
- Secagem;
- Lixamento dos produtos;
- Aplicação do verniz.

Nos dias de hoje utiliza-se selador em vez de Goma-Laca, mas o processo é equivalente. Passava-se uma demão da substância e esperava-se secar. Após a peça bem seca, lixava-se até obter uma camada lisa e consistente. O processo era manual, o lustrador, pessoa responsável por lustrar os móveis, dispunha de várias peças sob a mesa. Uma linha de montagem quase arcaica, porém funcional.

As peças começavam a receber o verniz pelas bordas, com movimentos circulares que alcançavam até o centro. O processo era feito com muita atenção, se fosse aplicada uma camada de verniz demasiadamente grossa, o verniz podia não secar e teria de ser removido, lixado novamente e depois aplicado uma nova camada. Estas etapas seguiram do mesmo modo anos a fio.

Depois da década de 60, a Cimo passou a utilizar verniz sintético em substituição a Goma-Laca. A empresa desenvolvia seus próprios métodos de aplicação, depois da década de 60 o verniz passou a ser aplicado por pistola, imersão ou cortina, sempre por método próprio.

O acabamento podia ser tingido, envelhecido, natural ou claro, conforme a moda vigente. Era passado uma demão de selador, lixado e posteriormente envernizado. No processo de imersão, um funcionário prendia a peça por um guincho e mergulhava no verniz. Depois lixava as extremidades já que ao escorrer, o verniz endurecia das pontas. O processo é incomum hoje, utiliza-se a pistola, pois a perda do produto é menor.

4.2 - ANÁLISE DOS PRODUTOS

Com base nos processos tecnológicos citados nos parágrafos acima, entrevista em vídeo concedida pelo ex-marceneiro da Cimo Arnoldo Pokrandt, monografia de Maria Ogama sobre processos de fabricação dos móveis Cimo, e conversa com os historiadores José Kormann e Heny Henkels, pode-se realizar uma análise de como algumas cadeiras eram produzidas e conseqüentemente do design nelas aplicado.

A recente abordagem é fundamental para o raciocínio da pesquisa ao passo que demonstra a preocupação ergonômica e funcional dos móveis, características básicas que o design possui. Analisando tecnicamente o produto é possível salientar a importância da tecnologia aplicada e o design da empresa.

4.2.1 – Poltronas de Cinema

Como já dito, as poltronas de cinema da Cimo foram o principal produto de vendas da empresa durante muito tempo. Na década de 50 alcançaram tanta fama que os principais cinemas do País possuíam suas linhas.

Os encostos das poltronas eram produzidos em compensado pré-moldado curvo, com acabamento em lâminas de madeira. No miolo, a lâmina mais grossa de compensado variava em torno de 3 mm. A lâmina que recobria o compensado como forma de acabamento possuía 1 mm geralmente.

Havia três modelos básicos de Poltronas: a toda estofada (fig. 16), a sem estofamento, isto é, toda feita e acabada em madeira (fig. 17) e a que possuía somente o assento estofado.



Fig. 16 - Poltrona de cinema estofada

Fonte: Ogama (2003)



Fig. 17 – Poltrona de Cinema conjugada sem estofamento

Fonte: produto.mercadolivre.com.br

Inicialmente nenhuma poltrona tinha estofado. Depois, quando o processo da empresa adquiriu autonomia e tecnologia auto-suficiente, a companhia passou a produzir peças mais refinadas. Nessa época, não existiam espumas como hoje. Para o estofamento, costurava-se

num molejo pré-fabricado com a forma do assento, uma manta de sisal ou ainda crina vegetal (fig. 18). Para dar o tom macio, utilizavam algodão, que era vendido em mantas grossas com até 4 cm.

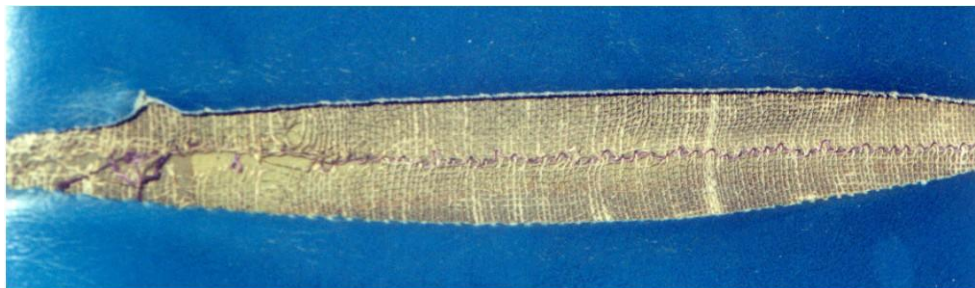


Fig. 18 – Detalhe interno de estofamento antigo

Fonte: Ogama (2003)

As poltronas eram articuladas, o estofador levava em consideração essa questão para costurar de modo correto o tecido entre as articulações. Se fosse feito de forma errada, a mobilidade seria prejudicada ou até mesmo interrompida.

4.2.2 – Cadeira 1001

A cadeira 1001 (fig. 19) foi um dos principais produtos da empresa, foi na verdade, o primeiro produto da Cimo a ganhar projeção nacional, tanto que havia uma fábrica somente para sua produção. Possuía design simples, sem luxo ou requintes. Seu método de fabricação foi o precursor da empresa, possibilitando sua utilização futura em outras peças.



Fig. 19 - Cadeira 1001

Fonte: Ogama (2003)

O encosto era produzido pelo método austríaco de curvar madeira (vapor). Quase todas as cadeiras da empresa eram fabricadas com encosto curvado, que se moldava às costas para melhor acomodação. Os pés dianteiros eram fixados no assento através de espigas. Já os traseiros eram fixados com parafusos e porcas retangulares conforme imagem abaixo.



Fig. 20 – Detalhe da porca retangular

Fonte: Ogama (2003)

Entre os pés da cadeira eram acondicionados arcos de madeira para melhor fixação (fig. 21). Estes arcos garantiam a estabilidade e resistência que a peça precisava. Eram fixados por três parafusos: Dois em cada pé e um no acento.



Fig. 21 – Detalhe dos arcos em madeira

Fonte: Ogama (2003)

Na parte traseira, o assento era fixado nas pernas por uma pequena fenda onde era acomodado e apertado com parafuso (fig. 22).



Fig. 22 – Detalhe da fixação traseira

Fonte: Ogama (2003)

Na época, a cadeira 1001 tinha um preço baixo, eram compradas geralmente em grande número. Atualmente uma peça em estado tolerável custa em torno de R\$ 500,00. Assim como todos (ou quase todos) os produtos da Cimo, a 1001 estava disponível no catálogo, como pode ser observado abaixo.



Fig. 23 – Imagem de catálogo

Fonte: Acervo pessoal do autor

4.2.3 – Cadeira 2001

Os pés eram fixados diretamente na base do assento através de espigas. O pé precisava ser chanfrado na parte superior para que houvesse contato total com o assento, garantindo assim resistência e estabilidade.

O encosto era feito em molde com lâminas de primeira qualidade e acabado de acordo com a linha vigente. O acabamento podia ser em marfim, imbuia, amendoim e outras.

A cadeira 2001 era feita de um design belo, suave, preciso. Assim como a cadeira 1001 estava disponível no catálogo de produtos da empresa como pode ser notado na imagem abaixo (fig. 24).

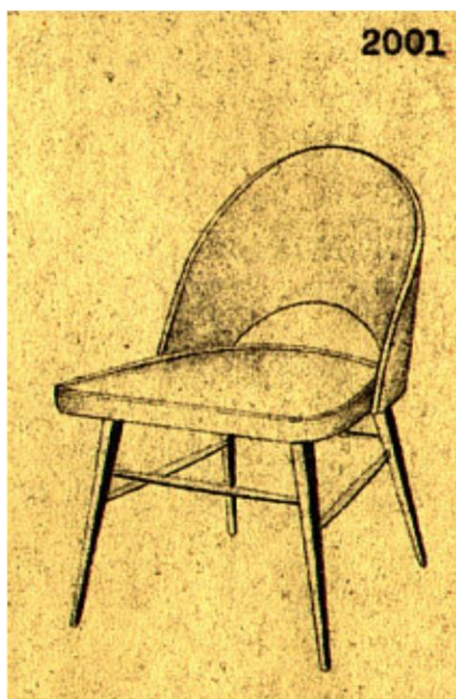


Fig. 24 – Cadeira 2001 (imagem de catálogo)

Fonte: acervo pessoal do autor

Havia travessas de madeira entre os pés em todos os lados. Essas travessas (fig. 25) ajudavam a garantir a estabilidade da cadeira, tinha objetivo de fixar-se de tal maneira que as pernas da cadeira não ficavam bamba.



Fig. 25 – Detalhe da fixação das travessas com o pé

Fonte: Ogama (2003)

4.2.4 – Cadeira universitária

Esta cadeira é talvez o produto mais célebre da empresa. Escolas do País todo utilizavam o modelo universitário (Fig. 26) em suas salas de aula. Ainda hoje, em universidades e escolas públicas do interior ainda é possível encontrá-la em uso.

O assento e o encosto eram curvos. A cadeira possuía um braço-mesa que, geralmente, vinha acabado com uma chapa melamínica para ter maior durabilidade. Na parte de baixo do assento, uma grade feita de ripas de madeira ou compensado fino servia para apoiar livros, cadernos e material em geral. Todos os encaixes eram fixados através de espigas.

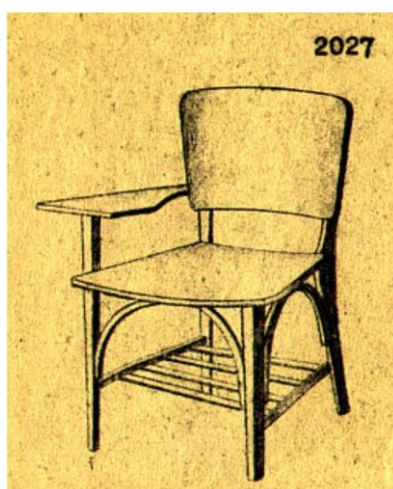


Fig. 26 – Modelo universitário

fonte: acervo pessoal do autor

Assim como a cadeira 1001, este modelo utilizava arcos entre os pés. Durante muito tempo este foi o melhor método que a Cimo encontrou para tornar as cadeiras estáveis. O compensado utilizado era pouco mais grosso que o de outras cadeiras. Isso acontecia por que o produto deveria suportar grande carga de peso, já que seria usado em escolas e sofreriam, além do desgaste habitual do tempo, o entusiasmo exagerado dos alunos.

4.2.5 – Mesa e cadeira escolar

O produto em questão é outro marcante na história da empresa, talvez o mais lembrado entre as pessoas que conviveram no período em que a Cimo exercia o monopólio do setor moveleiro no Brasil. A mesa e cadeira eram conjugadas. Uma ripa de madeira ligava o pé da cadeira com a mesa, evitando mobilidade entre as peças (fig. 27). A cimo optou por desenvolver a cadeira e a mesa deste modo para baratear o custo de produção e de revenda. Era mais barato comprar um produto único munido de mesa e cadeira que comprá-los individualmente.



Fig. 27 – Conjunto escolar Cimo

Fonte: meiafina.pop.com.br

O processo de produção dessa peça era simples. Além do encosto curvo ser pré-moldado (percebe-se no decorrer da pesquisa que várias peças possuíam o mesmo encosto), as laterais da cadeira eram feitas com um recorte único de compensado parafusados ao assento.

A mesa por sua vez era feita recortando grandes peças de compensado e parafusando o encontro dos diversos lados e suportes da peça. O encosto e o assento eram revestidos por lâminas de madeira. Já o tampo da mesa era de Jacarandá.

Com o passar dos anos a Cimo desenvolveu diversos modelos de mesa e cadeira conjugadas, observados nas imagens abaixo.

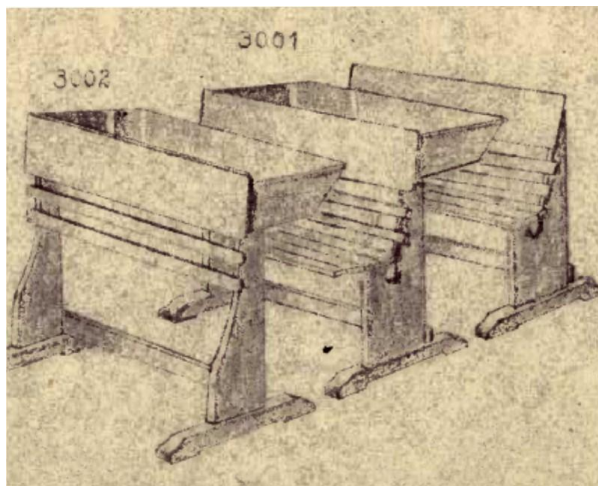


Fig. 28 – Conjunto escolar Cimo (imagem de catálogo)

Fonte: acervo pessoal do autor

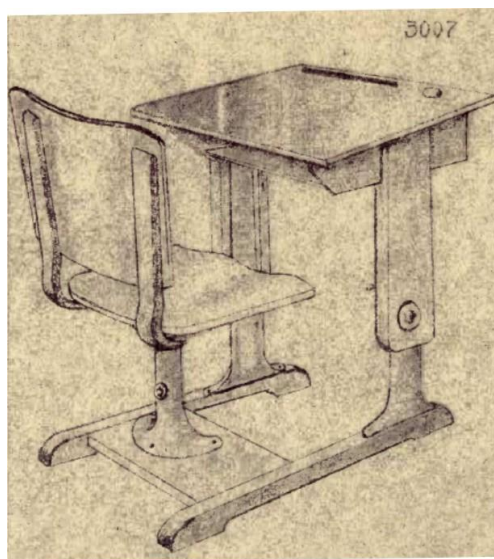


Fig. 29 – Conjunto escolar Cimo (imagem de catálogo)

Fonte: acervo pessoal do autor

Um fato curioso sobre os produtos da empresa é que poucos possuíam nome próprio. Pode-se observar nas imagens de catálogos que as peças eram identificadas somente pelo número de série. No catálogo, feito por impressão heliográfica, os números eram posicionados, geralmente, do lado superior direito, definindo assim um padrão de identificação.

4.2.6 – Cadeiras de balanço

Disponíveis no catálogo, as cadeiras de balanço que a empresa fabricava (fig. 30) eram belíssimas. Em termos de design, era um dos produtos mais evidente, maduro e moderno.



Fig. 30 – Cadeira de balanço

Fonte: www.artnet.com

A Cimo padronizava de certa forma seus processos de produção de cadeira. O encosto, pré-moldado, servia de base para muitas outras cadeiras conforme a linha. As cadeiras de balanço trabalhavam com encosto alongado, feito de compensado revestido por um laminado de madeira nobre. Nas pernas havia um vinco onde era encaixado o pé, fixando com parafuso para melhor estabilidade.

Tanto os braços quanto os pés eram curvados pelo processo a vapor. Molhavam a madeira, aqueciam, e o vapor ia dando forma conforme o molde e a utilidade. A parte de trás dos pés, que tinham a função de balanço, era mais inclina, com curva mais acentuada. Isso era feito para delimitar o balanço e impedir que a cadeira tombasse para trás.

4.3 DESIGN APLICADO AOS PRODUTOS

No início da pesquisa, em função da pouca informação a respeito da Móveis Cimo, tudo estava caminhando para que a resposta da pergunta de pesquisa fosse: O design da Cimo era empírico. Ledo engano.

Desde o início da fabricação de móveis pela primeira razão social, nos idos de 1921, a Cimo iniciou o desenvolvimento das cadeiras se utilizando de caráter técnico. Martin Zipperer, que assumiu a diretoria técnica, frequentou diversos cursos de marcenaria e trabalhou em várias outras. Quando Martin veio para o sul para montar com o irmão uma fábrica de cadeiras, trouxe consigo 7 especialistas em marcenaria, ou seja, desde o início a companhia utilizava elementos técnicos, de profissionais experientes para realizar seus projetos.

De qualquer forma, num dado momento, enquanto a questão de design e elementos sólidos de design não havia tomado a proporção que tomou posteriormente, sim: O design da Cimo foi empírico. Empirismo aqui tratado como observação do cotidiano e utilização de experiências vividas para aplicar ao projeto. Todo design de certa forma é empírico. Se não fosse a bagagem cultural que o designer carrega, seus projetos seriam monótonos, sem charme, sem vida.

A cimo sempre primou por qualidade. Entre todos os profissionais que de alguma forma tiveram contato com a empresa e que contribuíram com informações, para a presente pesquisa essa questão é unânime: A qualidade dos móveis Cimo é excelente. Se um designer não tiver como objetivo a qualidade do seu produto, como ele se comportará no mercado?

Este tópico trata de design, mas como levantado no início do trabalho, a Cimo desenvolveu seu design sem preceitos técnicos do mesmo. Pelo menos quando diz respeito as escolas de design, o ensino teórico.

No decorrer do trabalho pôde-se notar que as escolas técnicas de marcenaria correspondiam aos cursos de móveis de hoje. O curso era voltado somente para móveis, mas eram esses alunos que depois iam trabalhar nas fábricas e projetá-los conforme a necessidade e padrões da empresa.

A companhia era bem organizada quanto a distribuição de tarefas e setores. O departamento técnico era o responsável por desenvolver os projetos. Abaixo segue a descrição e passos que tal setor utilizava.

4.3.1 – O departamento técnico

Em meados da década de 50, cada filial se especializou num setor específico da área de móveis. Curitiba ficou a cargo de dormitórios, sala de jantar e possuía um setor de fabricação de móveis estofados. Rio Negrinho por sua vez especializou-se em cadeiras e linhas de escritórios. Aqui trataremos apenas do departamento técnico de Curitiba, que foi o que se pôde averiguar.

A direção do departamento era de José Maria Felix Bianco, que chefiava uma equipe com profissionais ligados diretamente ao desenvolvimento de novos produtos. A companhia resolveu contratar uma equipe holandesa especialista em compensados, com o objetivo de modernizar a fabricação do artigo. Trabalharam alguns anos em Rio Negrinho e foram dispensados. Contratados novamente pela filial de Curitiba, mudaram o *lay-out*, racionalizaram a produção e fizeram os primeiros moldes aquecidos de uma cadeira de compensado 10mm totalmente curva. Trabalharam também em projetos e protótipos, fazendo uso de contato com grandes lojas no Rio de Janeiro e São Paulo, desenvolvendo produtos de acordo com o desejo do mercado, e como também observando as tendências européias.

Quando a maioria dos profissionais estrangeiros começou a se aposentar, o departamento técnico já era composto por uma nova geração. O Projetista chefe era o francês Emili Scofone, que chefiava uma equipe de brasileiros composta por Nelson Buchmann, Conrado Wagner, Luiz Casimiro da Costa, Rodolfo Borni e Arnaldo Pokrandt, todos ex-alunos da escola técnica de móveis de Curitiba.

Emili Scofone baseava-se muito em pesquisa para desenvolver um projeto. Podemos tratar isso como uma análise de mercado, estudada em cursos de design Brasil a fora. Na entrevista em vídeo concedida por Arnaldo Pokrandt, o mesmo descreve como a questão do design era abordada. Em primeiro lugar, não era feito somente uma opção de projeto, eram feitas oito ou dez opções e levadas para uma pesquisa interna, depois, para uma pesquisa externa. Para finalizar, reduzia-se a opinião da maioria num único projeto e encaminhava-se para os marceneiros iniciarem a prototipagem.

Aos marceneiros era apresentado os croquis e desenhos com detalhes técnicos. Todas as furações, encaixes, e formas de montagem eram feitos numa única planta. O marceneiro deveria segui-la a risca para fazer o protótipo. Caso não entendessem alguma especificação, deveriam procurar os projetistas para que estes esclarecessem suas dúvidas. O primeiro protótipo, geralmente, era desenvolvido por Scofone, executado pelos marceneiros e acompanhados pelos vendedores. Curiosamente, muitos projetos eram solicitados pelos

vendedores conforme a observação destes em relação aos locais de venda ou gosto dos clientes.

Os produtos eram distribuídos para todo o País, mas para os grandes e principais clientes desenvolviam-se, esporadicamente, projetos exclusivos. Neste caso o produto era apresentado aos grandes centros como a Mesbla e o Mappin em São Paulo, e uma vez aprovado, o produto passava pela mão dos detalhistas do Departamento Técnico que faziam os desenhos que seriam encaminhados para produção. Dentro do departamento, havia também os perspectivistas, que eram responsáveis pelos desenhos que iam nos catálogos. Na época os catálogos eram desenhados a mão e reproduzidos em cópias por impressão heliográfica (fig.31, 32 e 33).

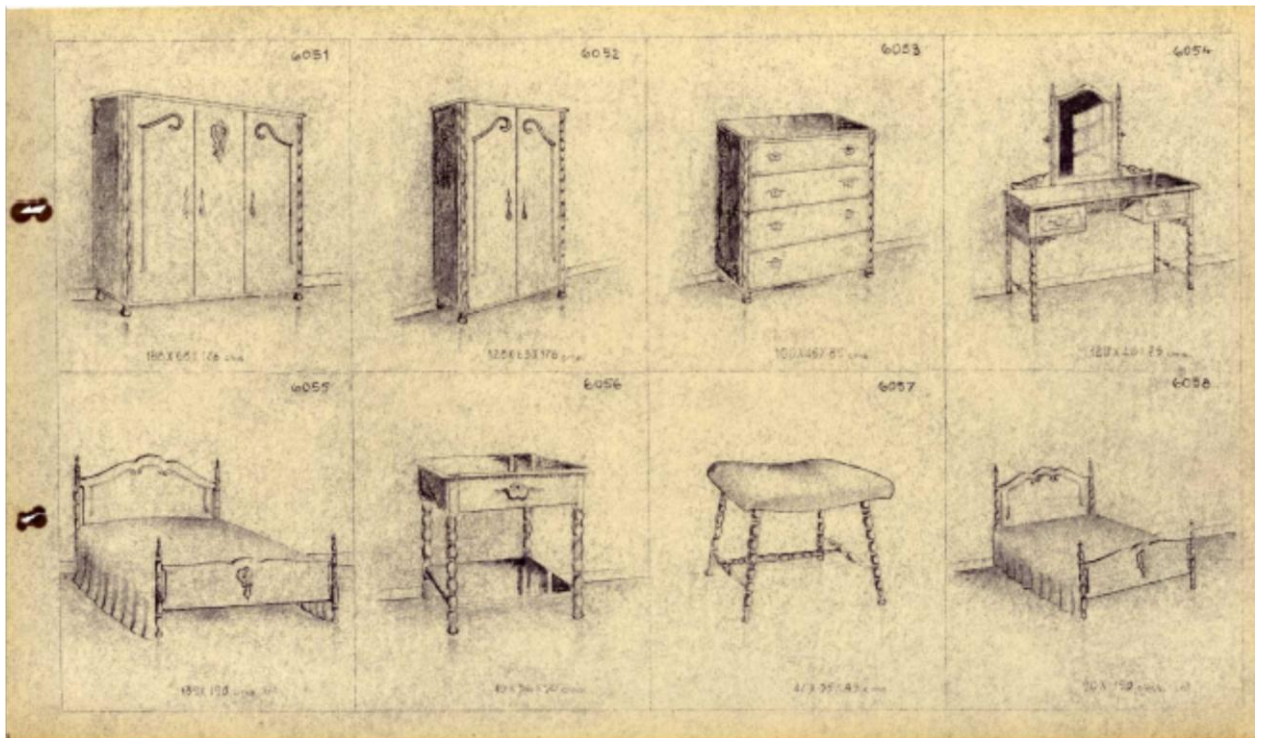


Fig. 31 – Imagem de catálogo (quarto)

Fonte: acervo pessoal do autor

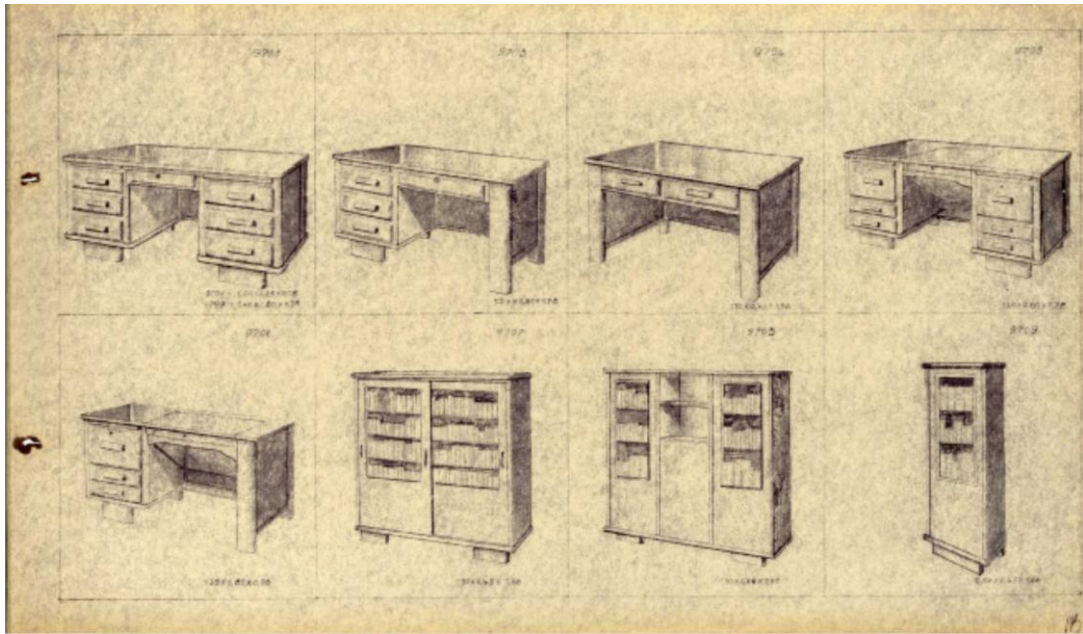


Fig. 32 – Imagem de catálogo (escritório)

Fonte: acervo pessoal do autor

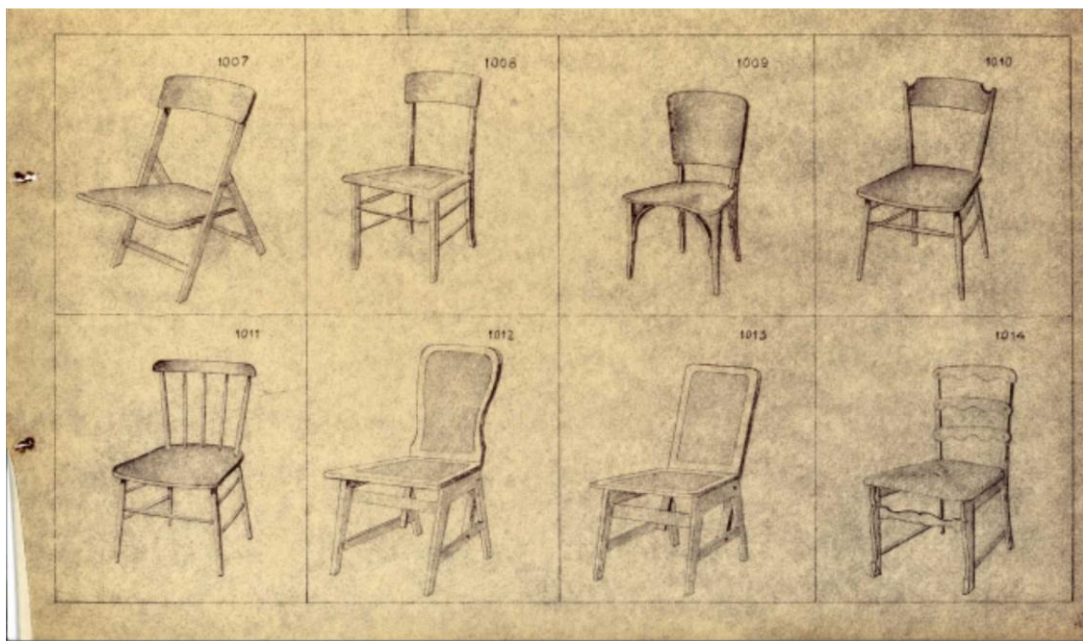


Fig. 33 – Imagem de catálogo (cadeiras)

Fonte: acervo pessoal do autor

Depois de estudado tecnicamente o projeto e discutido dentro do Departamento Técnico questões como material, acabamentos e encaixes, fazia-se a relação de materiais em

três listas: uma para madeiras maciças, uma de compensados e a última de ferragens e apliques.

A lista de compensados e madeiras maciças apresentavam duas medidas: a medida grosseira, proveniente do primeiro corte, e a medida exata para o setor de usinagem. Posteriormente cada componente recebia o que era chamado de cartão itinerário, descrevendo as etapas que deveriam ser seguidas para obtenção do componente em questão.

O cartão itinerário descrevia a ordem das operações minuciosamente e era repassado para o Departamento de Tempos e Movimentos, que tratava de cronometrar e analisar os movimentos de cada operação da primeira série. O tempo de produção de cada peça era cronometrado a fim de incentivar o funcionário, quanto mais este produzia, mais ele ganhava. Em seguida calculavam-se os custos de produção que depois da primeira série eram confirmados ou não.

A criação de novos projetos era restrita aos projetistas. Somente estes opinavam e resolviam entre si as diretrizes do projeto em que trabalhavam. Havia grupos de trabalho distintos para cada tarefa que seria executada. Se um produto encontrava-se com problemas, era solicitado à fábrica a peça que apresentava defeito. Cada peça era numerada conforme a planta inicial do projeto, assim era solicitado o número da peça e esta era enviada ao cliente.

Em meados da década de 60 a Cimo tinha entre seus projetistas somente funcionários gabaritados, alguns com anos de casa. Após a criação da ESDI em 1962, designers formados passaram a fazer parte da realidade da empresa, o que durou pouco, se contarmos que no início da década de 70 o controle principal da empresa deixou Curitiba e voltou para Rio Negrinho, e quem em 1982 a Cimo fechou as portas de vez.

4.3.2 – O design de dormitório

A filial de Curitiba era especializada em dormitórios. Estes não eram compostos somente por camas. Todos os móveis que fazem parte dum quarto estão inclusos no desenvolvimento. Arnoldo Pokrandt, projetista da Cimo na década de 50, relata que os móveis eram produzidos de forma curiosa. Na cama, por exemplo, toda estrutura aonde vai o colchão, da base ao estrado, era exatamente a mesma em todas as camas, o que variava – quando variava – era o tamanho das peças, que dependia do modelo.

Mantendo a estrutura da cama comum a todas as peças, barateava o custo e agilizava a produção. Para dar requintes de design e variação da cama, mudavam somente a cabeceira. Algumas eram robustas, recobertas com lâmina de madeira nobre, com detalhes trabalhados

minuciosamente... E por isso cobravam mais caro, obviamente. O design da cabeceira variava conforme o público que a companhia iria atingir. Se fosse para uma loja grande numa capital, o design era mais fino, elegante, mais trabalhado. Em contrapartida, se fosse para uma cidade pequena cujo público possuía baixo poder aquisitivo, as peças eram mais simples, sem os adornos todos e claro, o preço era menor.

Para os armários (fig. 34) e guarda-roupas o sistema era o mesmo. Os encaixes, gavetas e estruturas principais se mantinham iguais para todos os modelos, com pequenas exceções. Para diferenciá-los, mudavam a cor da lâmina, os modelos de puxadores, as portas e detalhes mínimos, mas que no fim das contas faziam os produtos, iguais tecnicamente, serem vendidos por preços diferentes.



Fig. 34 – Detalhe de armário Cimo

Fonte: rj.quebarato.com.br

O design dos produtos era conversador. Seguiam normalmente linhas retas para móveis de escritório e dormitório. No caso das cadeiras, o encosto podia ser curvo ou reto, mas as formas retas e conservadoras são características das peças da Cimo.

4.3.3 – O design de cadeira

As cadeiras da Cimo eram célebres, isso é fato. Para produzi-las, a companhia preocupava-se com detalhes iniciais que serviriam de base para o desenvolvimento de cadeiras

futuras. O encosto era sempre curvo, isto o fazia adequar-se melhor as costas, acompanhando a curvatura natural das costas. O assento também era levemente curvo para acomodar melhor as nádegas.

O design aplicado era simples, mas foi um dos precursores no âmbito nacional. A Cimo foi uma das primeiras empresas a criar uma identidade própria, tanto de material quanto forma. Percebe-se facilmente a similaridade de suas cadeiras. Não precisa ser um especialista pra saber quando um produto pertence à empresa.

Outro padrão que a empresa seguia é que todas as cadeiras possuíam uma identificação na parte de trás, trazendo o símbolo da empresa conforme imagem abaixo (fig. 35).



Fig. 35 – Selo de identificação da marca

Fonte: catossi-ovinocultura.blogspot.com

No selo se encontrava a cidade em que a cadeira foi fabricada, o valor da peça - que nem sempre era acompanhado - e o símbolo da companhia.

4.4 – O INÍCIO DO ENSINO DE DESIGN NO PAÍS E O DECLÍNIO DA CIMO

Como dito nas linhas a cima, não existia um ensino de design no Brasil enquanto a Cimo fabricava seus móveis. Isso se deu apenas em 1962, com a criação da ESDI – Escola Superior de Desenho Industrial, no Rio de Janeiro. Além da distância da escola, na época, a ESDI estava começando a caminhar para consolidar as diretrizes do ensino do design no País. O que era fundamental? O que um designer deveria aprender para ser um designer? Qual bagagem um designer deveria ter para realizar melhor seu trabalho? Essas questões levaram a ESDI a iniciar o ensino e posteriormente rever seus pontos de vista. O caso é que a CIMO começou a declinar justamente na época em que a escola engrenou de vez suas atividades.

Percebeu-se ao longo da pesquisa e do registro dos fatos, que a CIMO utilizava conhecimentos técnicos e sólidos nos projetos dos móveis. Esses conhecimentos, no entanto, eram provenientes de escolas técnicas de marcenaria, não carregavam o “romantismo” que a profissão designer tem intrinsecamente.

O símbolo indireto do designer é o Camaleão, que possui capacidade de mudar conforme o meio, e o designer deve ser um Camaleão. Se a moda vigente for o azul, ele não se sairá bem se insistir somente no vermelho. Inicialmente, esse foi o problema da empresa. Enquanto a fabricação de produtos evoluía conforme as “regras” de design traçadas pelo ensino da profissão no país e os movimentos culturais e tendências no restante do mundo, a Cimo insistia num design clássico. Ela não aproveitou as tendências e o cotidiano dos produtos para se adaptar ao meio. Manteve-se estática, insólita, parou no tempo.

Nos anos 70 a ESDI já havia reformulado seu currículo e traçado novos parâmetros. No mundo eclodia o psicodelismo, cores e formas orgânicas passaram a ser “norma” entre a cultura Pop. As cadeiras passaram a ter estofados de tons variados, com novos materiais, novas tendências. A Cimo continuou produzindo seu design clássico. Não que isso fosse ruim em termos de design, seus produtos são belíssimos e de extrema qualidade, mas o mercado não viu essa questão com o mesmo entusiasmo. As vendas começaram a cair e a Cimo deu um passo importante em investimento, mas erros de estratégia e porque não, Design, levaram a companhia a perder muito dinheiro.

Em meados da década de 70 se manifestam sintomas da grave crise financeira que a empresa iria passar. Martin Zipperer morre no dia 23 de novembro de 1971, e sete dias depois, a unidade de Joinville foi completamente destruída por um incêndio. Segundo notícias da época, o desastre foi causado por um raio. Para outros, o incêndio foi criminoso com o intuito de receber o dinheiro do seguro, que era maior do que de fato valia aquela instalação.

Em 1972, em assembléia entre diretores e acionistas, decide-se por construir uma nova e moderna unidade fabril. Isso se torna mais premente quando em abril do mesmo ano um incêndio na unidade de Rio Negrinho destrói por completo as seções de estofaria e lustração. A unidade de Rio Negrinho, segunda maior do grupo, era feita externamente de alvenaria, mas internamente possuía as divisões em madeira, com esse modelo arcaico a instalação passou a ser tecnicamente obsoleta.

A posição de alguns acionistas era a de que a nova unidade fosse financiada com capital próprio, utilizando corte de despesas e aumentando o capital através das vendas para suprir essa necessidade. Outros, no entanto, temendo por suas posições acionárias, boicotaram essa alternativa e a Assembléia decidiu por recorrer à empréstimos bancários.

Assim se fez, recorreu-se ao BNDES / BRDE que incentivou um grande projeto de expansão da empresa baseado no argumento do próprio diretor do BNDES: “...*vamos fazer alguma coisa pelo Brasil de hoje*”, visto que a época correspondia ao furacão do milagre econômico brasileiro. No ano seguinte, a Móveis Cimo S/A, representado por seu diretor-financeiro Dico Guimarães, vai participar do 1.º Seminário de Integração Nacional, ocorrido entre 02 e 05 de abril de 1973, no Rio de Janeiro. Apresenta ali seu arrojado “Projeto de Desenvolvimento e Viabilidade Econômica” que alicerçava seu ambicioso projeto de modernização, largamente centrado na nova unidade fabril projetada. (HENKELS, 2007, não pag.)

Antes disso, ainda em 1972, os diretores da empresa usaram de chantagem política para conseguir um terreno para a nova unidade. Ameaçaram deixar Rio Negrinho caso não fosse concedido este terreno. Os políticos, em reuniões secretas e temendo por perder o mais importante alicerce econômico da cidade, concederam tal terreno a empresa à margem da Br-280.

Acontece que a nova unidade nunca operou com a capacidade estimada inicialmente. Arnold Pokrandt relata que quando a empresa voltou para Rio Negrinho, deixando Curitiba como principal capacidade operacional, a empresa comprou diversas máquinas importadas para compor o novo empreendimento. Essas máquinas custaram fortunas aos cofres da Cimo, que pretendia reaver esse capital investindo no mercado estrangeiro.

Por volta de 1974, fabricaram uma grande quantidade de cadeiras para negociar na Alemanha, inclusive com um pré-contrato firmado. Os alemães, por alguma razão, recusaram o produto. A empresa teve que trazer novamente parte do material pro Brasil, arcando com todas as despesas e taxas que tal ato resultou.

Aqui, em função das observações e conversas com os já citados profissionais envolvidos com a empresa, é possível concluir que os alemães não aceitaram os produtos por causa do design. Arnold Pokrandt diz que foi estranho tal ato, porque falta de qualidade não

seria o motivo maior. Para José Kormann, a falta de adaptação da empresa quanto aos estilos daqueles idos, contribuiu para que a Cimo perdesse mercado. Conclui-se que os alemães não foram condizentes com o design aplicado aos móveis, que comparando aos estilos europeus da época, é um tanto quanto formal demais, quase ultrapassado. Devido a esse tomo comercial, a Cimo não mais tentou investir em exportação, fazia-se raramente, mas deixou de ser o foco.

Em 1976 a situação financeira da empresa estava crítica de tal modo, que o BRDE, principal credor, interferiu destituindo a diretoria e nomeando outra, de seu interesse e confiança. Impôs também, um pedido de concordata preventiva por parte da Cimo.

O diretor destituído, Raimundo Egg, inconformado com a situação, vende a totalidade de suas ações e convence vários outros acionistas a fazerem o mesmo. Os interesses originais de Martin Zipperer estavam agora nas mãos de médico curitibano Gustavo Keil, que era casado com a neta de Zipperer. Egg e Keil vendem suas ações a Eduardo e Felipe Lutfalla, da família da esposa do ex-governador de São Paulo, Paulo Maluf.

No final de 1978, com a situação piorando irremediavelmente, o controle acionário passa para o grupo Lutfalla, que detém agora 62%, mas que não tinha um interesse real em reerguer a empresa, e sim rapinar o espólio e abandonar tudo ao acaso depois, o que terminou por acontecer. Em fevereiro de 1982, é decretada a falência da Móveis Cimo S/A. (HENKELS, 2007, não pag)

Com o fim da empresa, diversos funcionários ficaram carentes. Não só de trabalho, mas de um presente. Na história da Cimo houve todo um romantismo quanto aos funcionários em relação a ela. Vários lembram com saudade do tempo em que conviveram com o dia-a-dia da companhia.

A razão social Móveis Cimo S/A existe ainda hoje. Devido a dívidas com bancos e impostos com o governo federal, não puderam fechar de vez, pelo menos não no papel. A situação foi tão crítica que funcionários receberam parte do que lhe conviam em móveis, pois a empresa não tinha capital para ressarcir-los.

A Cimo cravou sua história no País como a maior empresa de fabricação de móveis da América Latina. Ela impulsionou a fabricação de móveis por diversas outras empresas que seguiram à margem de seu desenvolvimento. Sua influência tornou o sul do Brasil, principalmente São Bento do Sul e Rio Negrinho, como pólos indústrias fortíssimos no setor moveleiro, um dos mais notados e respeitados do País. Triste o fato de isso ter acontecido, nem mesmo a história foi preservada, se olharmos por outro âmbito. Em Rio Negrinho, do espólio da Cimo, sobrou somente a torre da empresa, conforme imagem abaixo.



Fig. 36 – Chaminé da antiga sede da Cimo, em Rio Negrinho

Fonte: www.rionegrinho.sc.gov.br

Ainda hoje o saudosismo que envolve a empresa é latente. A Cimo foi uma das precursoras em design nacional. Utilizou elementos próprios para definir sua linha de produtos e sempre produziu para o mercado nacional, com investimentos aqui.

De início, os projetistas que trabalharam na empresa eram estrangeiros, devido a falta de conhecimento específico em que o Brasil era carente. Posteriormente os funcionários passaram a ser quase que exclusivamente brasileiros, com passagem inclusive de Guilherme Bender, excelente designer e professor universitário.

A Cimo continua exercendo de certa forma sua influência no setor moveleiro. A Desmobilia, importante companhia do setor, fabricou a cadeira Cimo, em homenagem a empresa (fig. 37).



Fig. 37 – Cadeira Cimo, homenagem da Desmobilia

Fonte: desmobilia.com.br

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

5.1 QUANTO À EMPRESA

A partir de tudo que foi abordado fica mais fácil entender a Cimo. A empresa foi fundamental para o desenvolvimento do setor moveleiro no País e precursora em diversos processos tecnológicos. Desde o início, sempre investiu num caráter próprio, numa identidade própria estabelecidas por critérios, acima de tudo, técnicos.

A contribuição da empresa para o cenário nacional é facilmente notada. As cidades de Rio Negrinho e São Bento do Sul se desenvolveram economicamente a partir dos investimentos da empresa nas respectivas cidades. O setor moveleiro no sul, se tornou o maior pólo do Brasil por influência direta da Móveis Cimo S/A.

A Cimo sempre primou por qualidade. Buscou constantemente o aprimoramento de suas várias atividades. Investia em maquinários, novas tecnologias, matéria-prima de primeira instância, profissionais gabaritados, pesquisas de mercado, enfim, não manteve-se estagnada ao Deus dará. Com isso, alcançou todo o Brasil, com produtos em diversos setores e manteve o monopólio durante anos em vários seguimentos.

Os dados obtidos quanto à qualidade que era buscada, desde a escolha dos materiais e acabamentos aos processos utilizados, formam um conjunto de razões que explicam a longevidade dos produtos. O resultado dessa maturidade, é demonstrado quando levamos em conta que há produtos com mais de 40 anos ainda em uso, com qualidade ainda notada e sólida.

Com os depoimentos colhidos ao longo do trabalho, foi possível notar que a empresa não foi esquecida. Pessoas que lá trabalharam e acompanharam seu desenvolvimento, lembram com exatidão algumas passagens e contribuíram de forma sem igual para o desenvolvimento do mesmo.

A dificuldade em levantar informações sobre a empresa, implicou numa pesquisa não tão profunda quanto a que o autor gostaria. Registros bibliográficos são quase nulos e algumas pessoas que seriam peças-chave para questionamentos fundamentais, não foram encontradas ou não quiseram se pronunciar.

Para uma pesquisa mais profunda sobre o design da empresa, seria necessário mais tempo. Profissionais ligados a Cimo acabaram dissipando-se por todo o território nacional, e contatá-los não foi tarefa fácil ou não foi possível.

Concluindo, a Cimo foi fundamental para o setor em que se dedicou. Lembrar a história da empresa não é apenas uma importante fonte de cultura, é entender que mesmo não tão palpável, houve uma empresa que se preocupou em produzir design nacional, em utilizar processos e matérias-prima nacionais antes mesmo do design brasileiro se tornar evidente. A Cimo foi uma das precursoras do design, antes do design no Brasil.

5.2 QUANTO AOS PRODUTOS

A Cimo utilizou diversos materiais na fabricação de seus móveis. Pode-se notar que o processo de fabricação muitas vezes era desenvolvido internamente, com tecnologia própria. Isso possibilitou um maior enfoque na qualidade das peças, pois raramente a mão de obra era terceirizada.

No decorrer da pesquisa foi possível identificar alguns produtos que se sobressaíram em relação aos demais. As poltronas de cinema é um dos casos. Na década de 50 monopolizou o mercado de tal modo que era raro um grande cinema não possuir essas poltronas em suas salas.

A cadeira 1001 foi outro produto bem comercializado. Possuíam uma fábrica somente para produzi-las e alavancou as vendas da empresa na década de 1920. As cadeiras escolares também merecem destaque, além do comércio bem sucedido, foi nostálgica, freqüentando a memória de pessoas por todo o País, que um dia a usaram.

Impressiona-nos a questão da durabilidade dos produtos. As madeiras nobres e compensados utilizados na fabricação dos móveis, de modo correto, garantem a firmeza. Os sistemas de encaixes entre as peças asseguram a estabilidade, e o acabamento de madeira laminada protege a peça das intempéries do tempo. O conjunto destas situações resultou em peças únicas, de qualidade excepcional. Mesmo depois de mais de duas décadas do fechamento da empresa, sua história ainda é contada através dos produtos.

5.3 QUANTO AO DESIGN

No início da pesquisa, devido à falta de informação, tudo estava tendendo a concluir que o design da Cimo era empírico, construído através de erros, acertos e observação do cotidiano. Mesmo com indícios técnicos de design, como o fato de que Martin Zipperer, diretor técnico, havia cursado marceneria e trabalhado na área de móveis, o autor não viu que esses elementos mudariam o diretório e o resultado final.

No decorrer do trabalho, alguns fatos mudaram o pensamento empírico do design da Cimo. Tudo começa no início, como já citado, Martin Zipperer possuía critérios técnicos de construção de móveis obtidos nos cursos que frequentou. Possuía ainda experiência, pois trabalhou na área depois de formado. Além disso, trouxe consigo para o sul, sete especialistas em marcenaria, que contribuíram de forma precisa e palpável para com o design da empresa.

Ao se contratar um profissional para o departamento técnico, este deveria ter frequentando cursos na área, não era qualquer um que projetava um móvel para a Cimo. Na falta de mão de obra nacional, diversas vezes a Cimo contratou profissionais estrangeiros para compor seu nicho profissional. Na década de 50, por exemplo, importou profissionais Holandeses para desenvolver produtos de compensado, cuja fábrica havia sido recém inaugurada.

Segundo entrevista de Arnold Pokrandt, ex-designer da Cimo, o departamento técnico se manteve praticamente inalterado até meados da década de 60, e era composto por 5 profissionais provenientes da Escola Técnica de Marcenaria de Curitiba e chefiado por Emili Scofone, designer francês que sempre fabricava o primeiro protótipo dos produtos, precedido por profunda pesquisa de mercado e de tendências.

Esses fatos levaram a resposta da pergunta de pesquisa, que foi base para o desenvolvimento deste projeto. O design da Cimo, acima de tudo, é de caráter técnico. Conseguiram desenvolver elementos de design mesmo sem um ensino de design na época, porque contava com profissionais formados em escolas técnicas, mas que possuíam cunho formal quanto as regras de aplicação de design nos móveis. Conforme os cursos de Desenho Industrial tomavam proporções maiores no País, diversos alunos destas escolas passaram pela Cimo. Esse movimento se deu pouco antes do fechamento da empresa, não sendo tão relevante para formação de design da companhia.

Os objetivos específicos propostos de início, também foram atendidos. É importante ressaltar, no entanto, que não foram pesquisados profundamente devido a já citada falta de informação. Mas isso não impediu a conclusão dos mesmos. Foi analisado inicialmente o histórico da empresa, culminando no início da fabricação de móveis. Depois, foi analisado e descrito os processos de fabricação dos móveis, que por si só exigiria uma pesquisa própria se fosse dado mais ênfase. Ao final, o design da empresa é analisado a partir dos fatos abordados ao longo da pesquisa, resultando na atual conclusão.

A presente pesquisa não é importante apenas para descrever os processos e design da Cimo. É um resgate histórico da empresa precursora em diversos aspectos que iniciou o desenvolvimento dum design nacional, impulsionou o setor moveleiro no sul do País, se

tornou a maior empresa da América Latina do ramo, e deixou um legado rico de produção de design e acima de tudo, cultural.

REFERÊNCIAS

ACAYABA, Marlene Milan. **Branco e preto: uma história de design brasileiro nos anos 50.** São Paulo: Instituto Lina Bo e P.M. Bardi, 1994.

ACERVO Museu da Casa Brasileira. Disponível em: <http://www.mcb.sp.gov.br/mcbColecao.asp?sMenu=P002&sOrdem=0&sAcervo=PES&sCole=PES04>. Acessado em: Fevereiro, 2009.

ASSIS, Diego de. **A tradicional Serra de Arco.** Disponível em: <http://diegodeassis.wordpress.com/2008/05/25/a-tradicional-serra-de-arcos/>. Acessado em Abril, 2009.

AURÉLIO, Dicionário. **Dicionário Aurélio básico da língua portuguesa.** São Paulo : Folha de S. Paulo, 2004.

BORGES, Adélia. **Remelexo das Cadeiras.** Disponível em: <http://www.arcoweb.com.br/design/exposicao-uma-historia-do-sentar-adelia-borges-09-03-2009.html>. Acessado em: Fevereiro, 2009.

BUSCASHOP.com.br. **Luis.** Disponível em: <http://www.buscashop.com/ml/antiguidades/moveis-antigos/?busca=luis>. Acessado em: Março, 2009.

CADEIRA Thonet. Disponível em: <http://decorabrasil.com.br/produto/473/38/cadeiras-cadeira-thonet.html>. Acessado em: Dezembro, 2008.

CANI, Tilde. **O móvel do século XIX no Brasil.** Rio de Janeiro, 1988.

CARDOSO, Rafael. **O design brasileiro antes do design.** São Paulo : Cosac & Naify, 2005.

CATOSI. **Ocotea Porosa = Imbuia.** Disponível em: <http://catossi-ovinocultura.blogspot.com/>. Acessado em Abril, 2009.

CIMO, móveis. Disponível em: http://www.designbrasil.org.br/via/almanaque/enciclopedia_exibir.jhtml?idLayout=10&id=1446. Acessado em: Março, 2009.

DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução a história do design.** São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

DESMOBILIA.com.br. **Cimo.** Disponível em: http://www.desmobilia.com.br/cat/cadeiras_e_estofados/2209.html. Acessado em: Junho, 2009.

DORMER, Peltier. **Os significados do design moderno – a caminho do séc. XXI.** Porto: Bloco Gráfico, 1995.

ESTANTE Cimo. Disponível em: http://rj.quebarato.com.br/classificados/estante-pe-palito-moveis-cimo-anos-50__4274446.html. Acessado em: Abril, 2009.

FONTOURA, Antonio Martiniano. **As Manifestações Pós-Modernistas no Desenho Industrial e suas Repercussões no Ensino do Projeto de Produto**. 1997. 104 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, 1997.

FONTOURA, Ivens. **Uma visão do design moveleiro latinoamericano**. Bento Gonçalves: Salão Design Movelsul, 2006.

GONÇALVES, Luis Carlos de Camargo. **Desenho industrial brasileiro? : crítica ao espaço e à forma de atuação**. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 1981.

HENKELS, Henry. **Móveis Cimo** – Sua História 1º Parte. Disponível em: http://hhenkels.googlepages.com/mov_cimo1.htm. Acessado em: Março, 2009.

HENKELS, Henry. **Móveis Cimo** – Sua História 2º Parte. Disponível em: http://hhenkels.googlepages.com/mov_cimo2.htm. Acessado em: Março, 2009.

HENKELS, Henry. **Móveis Cimo**. São Bento do Sul, 2009. E-mail. Entrevista concedida ao autor.

HESKETT, Jhon. **Desenho Industrial**. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1998.

IMBUIA. Disponível em: <http://www.amavi.org.br/amavi40anos/revista40anos/pagina18.php>. Acessado em: Abril, 2009.

KORMANN, José. **Histórico Móveis Cimo**. São Bento do Sul, 2009. Áudio. Entrevista concedida ao autor.

KORMANN, José. **O tronco Zipperer**. Blumenau: Nova Letra, 2005.

LEE, William C. Y. **Mobile communications design fundamentals**. New York: J. Wiley & Sons, 1993.

LEON, Ethel. **Design brasileiro: quem fez, quem faz**. Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2005.

LITOGRAFIA (1796 – hoje). Disponível em: <http://tipografos.net>. Acessado em: Março, 2009.

MORAES, Dijion de. **Análise do design brasileiro : entre mimese e a mestiçagem**. São Paulo : E. Blücher, 2006.

MORAES, Dijion de. **Limites do design**. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

MUNIZ, Luciana. **Com saudades da Móveis Cimo?**. Disponível em: <http://meiafina.pop.com.br/blog/dentroafora/41/#bottom>. Acessado em: Maio, 2009.

NIEMEYER, Lucy. **Design no Brasil**. Rio de Janeiro. Editora 2AB, 1998.

OGAMA, Marília Sugai. **Tecnologia e processos produtivos empregados na fabricação de cadeiras pela móveis Cimo S/A**. 2003. 59 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação no Curso Superior de Tecnologia em Móveis). Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2003.

POKRANDT, Arnaldo. **Móveis Cimo**. Curitiba, 2003. Video. Entrevista concedida à alunos da Universidade Tuiuti do Paraná.

RIO NEGRINHO.com.br. **Imagens da cidade**. Disponível em:
<http://www.rionegrinho.sc.gov.br/index.php?pagina=imagens>. Acessado em: Janeiro, 2009.

ROCKING Chair Cimo. Disponível em:
<http://www.artnet.com/artwork/425321787/424203581/cimo-rocking-chair-by-cimo-brazil.html>. Acessado em: Maio, 2009.

SANTOS, Antonio Raimundo de. **Metodologia científica: a construção do conhecimento**. Rio de Janeiro : DP&A, 2000.

SANTOS, Maria Cecília Loschiavo dos. **Móvel moderno no Brasil**. São Paulo: EDUSP, 1955.

SHINGO, Shigeo. **O sistema Toyota de produção** – Do ponto de vista da engenharia de produção. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

SOUZA, Pedro Luiz Pereira de. **ESDI: biografia de uma idéia**. Rio de Janeiro: Eduerj, 1966.

TABLOIDE Digital. **Busca por termo Cimo**. Disponível em:
<http://www.millarch.org/search/node/m%C3%B3veis%20cimo>. Acessado em: Maio, 2009.

WICK, Rainer. **Pedagogia da bauhaus**. São Paulo: M. Fonte 1989.

WOLLNER, Alexandre; STOLARSKI, André. **Alexandre Wollner e a formação do design moderno no Brasil**: depoimentos sobre o design visual brasileiro. São Paulo: Cosac & Naify, 2005.