

# A casa como símbolo do *self*

**Anna Paola Cossermelli**

Aluna de mestrado FAU  
Universidade de São Paulo

**Resumo** Neste trabalho, feito para a disciplina AUP-843 da pós-graduação, buscamos uma leitura da imagem simbólica da casa em relação a seus habitantes e à cidade como um todo.

**Abstract** *This working paper is a result of discipline AUP-843, here we discuss the symbolical image of the house in relation to its inhabitants and the entire city.*

**Introdução** Visando manter certa neutralidade e não passar imagens 'contaminadas' por minha interpretação pessoal (confronto com o meu *self*), buscarei abordar o tema de maneira mais teórica.

Os comentários que faço inicialmente são baseados em pesquisas e estatísticas<sup>1</sup> e não apenas em minhas representações pessoais. Na segunda parte do texto, faço observações aplicadas à pesquisa sobre a "Substituição dos estilos séculos 19 e 20"

Vou contar com as imagens de experiências pessoais que estão na mente do próprio leitor para ilustrar cada um dos símbolos que trataremos aqui e, portanto, não constam ilustrações neste pequeno estudo, uma vez que estas imagens precisam ser 'sentidas' (no sentido cinestésico da palavra) para que se analise o seu simbolismo.

---

(1) Especialmente do ensaio de Clare Cooper intitulado *The house as symbol of self*.

O *self* da teoria junguiana pode ser traduzido em português pela expressão “si mesmo”. Abrange o consciente e o inconsciente.

Freud postulou o inconsciente individual no qual são depositadas as memórias reprimidas e suprimidas na infância, as quais passaram do consciente para o inconsciente quando se tornaram irrelevantes ou muito dolorosas.

Teoricamente, a psique mantém estas memórias guardadas, arquivadas, até que elas sejam acordadas para a consciência por meio de um sonho ou de uma livre associação (manifestação correspondente enquanto acordado).

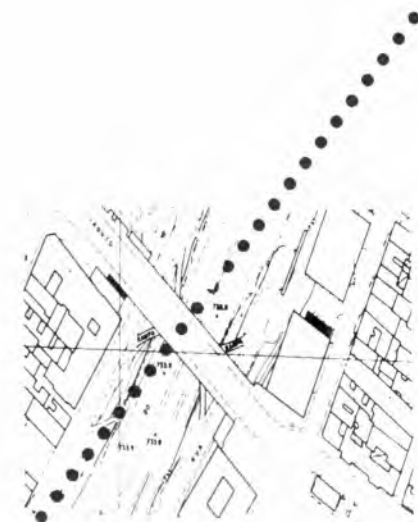
Carl Jung abraçou inicialmente as teorias de Freud aprofundando-as quando evidenciou alguns padrões que pareciam ser universais de manifestações inconscientes. Descobriu que além do inconsciente individual há um inconsciente universal ou coletivo no qual estão depositados certos nódulos atemporais e básicos de energia psíquica, aos quais chamou de arquétipos.

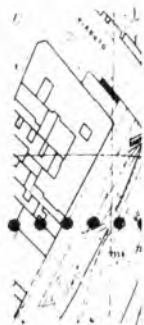
Se pudermos pensar no arquétipo como um nódulo de energia psíquica no inconsciente, então o **símbolo** é o meio pelo qual ele se manifesta no aqui e agora do espaço e tempo.

Reconhecer algo como um símbolo depende da natureza do objeto. Por exemplo, quando o significado concreto deste é muito claro, o simbolismo só pode ser apreendido de maneira inconsciente. Um exemplo disso é a **casa**. Em outros casos, o objeto enquanto símbolo é difícil de ser alcançado senão pela sua condição de símbolo. Isto significa que a Estrela de David, o Yin-Yang e o Crucifixo são apreendidos facilmente enquanto símbolos: seu significado simbólico é entendido diretamente.

Desde o início dos tempos o homem vem se arguindo acerca de explicações sobre sua existência, sobre si mesmo. Ele se apega a formas ou símbolos físicos que sejam próximos ou significantes para ele e que sejam visíveis e bem definidos: formas da natureza, etc...

Neste contexto, a forma mais conscientemente selecionada para representar o si mesmo é o corpo porque ele é uma manifestação externa e, ao mesmo tempo, também é o limite do *self*. A nível menos consciente o homem também freqüentemente seleciona a casa, sua proteção básica, o seu meio ambiente, além da pele.





Assim como o espaço psíquico se divide em *Self* e *Não-Self* (o resto), existe a casa e aquilo que é a não-casa: ela contém e exclui espaços ao mesmo tempo, assim se definem dois componentes importantes da própria casa que são o seu interior e sua fachada.

Então a casa como símbolo do *self* é captada pelo homem da seguinte maneira: o interior como o *self* visto de dentro (o *self* visto pelo *self*, reflete a essência do *self* vista pelo *self*) e o exterior como um símbolo que deseja apresentar ao mundo exterior ou o *self* visto por outros: o lado de dentro intimista (que só é revelado a quem ali é convidado) e o lado de fora público, é o escolhido como *display* para os outros (seria a máscara ou persona em termos junguianos)<sup>2</sup>.

Assim, no interior da casa estariam objetos, plantas, gravuras, fotos, etc. que seriam expressões da nossa imagem de nós mesmos, são as mensagens sobre nós mesmos, que nós queremos conduzir de volta para nós mesmos, isto é, as mensagens psíquicas estão se movimentando do si mesmo para o símbolo objetivo do si mesmo, além disso, as mensagens se movimentam deste objeto de volta para o *self*. Então é um movimento em uma via de duas mãos simultaneamente.

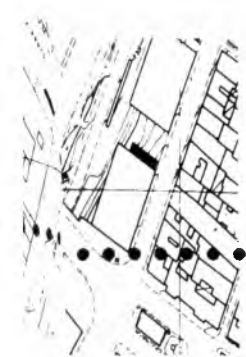
Segundo a teoria junguiana, os símbolos podem ser pensados como pontos nos quais o plano da realidade concreta e da realidade simbólica encontram-se em uma área mais abrangente que a da própria intersecção: "*Nem abstrato, nem concreto, nem irracional ou racional, nem real ou irreal. É sempre ambos.*" (Jung - *Psychology and alchemy*.)

Num estudo das formas da casa e de arquitetura primitiva e vernacular, Amos Rapoport (em *House form and culture*) conclui que o ponto de vista tradicional determinista da forma da casa e tamanho sendo resultado de clima, material de construção, tecnologia e terreno é uma abordagem consideravelmente limitada. As influências de fatores socioculturais, religião e simbolismo são igualmente importantes.

Ele ilustra exemplificando que na África, em alguns lugares onde materiais e condições climáticas são semelhantes, encontram-se habitações de formato quadrado e redondo, de acordo com crenças religiosas de cada tribo, que determinariam a orientação para o cosmos ou não.

---

(2) Máscara ou persona = suporte à projeção e escolha de personalidade 'fingida' a partir do inconsciente; imagem ideal que se deseja dar de si do inconsciente para o ego.



Em sociedades primitivas a noção de *self*, enquanto indivíduo destacado da tribo, é quase imperceptível. Por isso que se encontra nas casas uma forma mais simbólica da cultura e da sociedade enquanto um conjunto.

*“Dado um certo clima, a presença de certos materiais e as capacidades de uma dada tecnologia, o que realmente decide a forma da moradia e molda os espaços e suas relações é a visão que as pessoas têm da vida ideal... Formas de construções primitivas e vernaculares são menos o resultado de desejos individuais que as aspirações e desejos de um grupo unificado para um ambiente ideal.”* (Amos Rapoport – *House form and culture*.)

Em estudo de arquitetura das casas de subúrbio na Califórnia, Carl Werthman chega a conclusões similares: neste caso tanto o *self* do indivíduo como o *self* de uma certa posição social na sociedade são os fatores determinantes na escolha da forma da casa. Por exemplo, executivos extrovertidos que tenham galgado sozinho a sua posição e carreira terão uma tendência a escolher algo mais ostentador, enquanto que pessoas cujos objetivos circulam em torno da satisfação pessoal mais do que do sucesso financeiro, geralmente optam por estilos mais calmos e introspectivos dentro de correntes de bom *design*.

Assim, os compradores de casas estão procurando por estilos que satisfaçam a sua *self-image* e sejam símbolos do seu *self*. Aqui entram também os papéis desempenhados por arquitetos, construtores e engenheiros, ou seja, profissionais<sup>3</sup> que os ajudarão a prover-se do tipo de casa que corresponde à sua *self-image*.

Aprecia-se a originalidade de ter uma casa única e diferente das demais. Seus habitantes se identificam com a célula que ocupam de caráter pessoal único num mundo cada vez mais massificante. Por outro lado, a casa não pode ficar muito distante do que é plenamente aceito pela sociedade, pois isto intitularia o habitante como um não-conformista, título a ser evitado. Segundo Rapoport, a novidade é considerada indesejável em culturas tradicionais.

O *self* do indivíduo é um conceito que em muitas sociedades ainda está apenas começando a emergir: a casa é um símbolo de

---

(3) Arquitetos, engenheiros e construtores seriam formadores de opinião, com o respaldo ou dirigidos por uma 'mídia' também formadora de opinião: os jornais e revistas especializadas.

participação na tribo, cuja identidade coletiva é geralmente manifestada em objetos feitos de materiais semelhantes por seus próprios membros. As casas são construídas pela própria família, que depois viverá nela numa forma tradicional bem compreendida.

Considerando a casa como sendo uma forma simbólica do si mesmo, teremos uma possível explicação para a resistência das pessoas à mudança da forma básica da casa. A casa convencional e um conceito rigidamente estático de *self* sustentam-se mutuamente.

Em muitas culturas ocidentais nota-se uma predileção das pessoas de diversos níveis sociais ao descrever a casa que almejam como a casa unifamiliar (com quintal e jardim). A imagem do edifício de apartamentos é rejeitada.

Isto poderia ser um condicionamento através de propagandas que veiculariam uma imagem de vida idealmente boa. Até um certo ponto este fato pode ser verdade, mas a mídia está apenas refletindo o que parece ser uma necessidade quanto à forma da casa na qual o *self* e a unidade familiar possam ser vistos separadamente, únicos, de maneira privada: o *marketing* lendo uma necessidade desta *self-image*.

Neste sentido, para algumas classes sociais, o edifício de apartamentos seria visto como uma ameaça para a *self-image* de uma pessoa, enquanto personalidade separada e única, representaria mais uma coleção de si mesmos estereotipados e anônimos.

Quanto mais as pessoas sentem a hostilidade e o perigo no mundo como ameaça ao seu *self*, mais elas encaram a casa como uma concha, uma fortaleza que as protege deste mundo e que também deve ser protegida.

Já quem não apresenta tal preocupação a níveis tão elevados e possui mais estabilidade psíquica, verá na casa mais uma expressão do *self* que uma defensora do *self*. ela permite e tenta atrair o olhar à medida que se passa à frente de sua janelas. O interior das casas geralmente simboliza o sentimento dos habitantes sobre o *self*. As pessoas rearranjando a mobília na casa

em tempos de turbulência psíquica ou de mudanças do seu próprio *self* é mais uma sugestão de que a casa é ligada intimamente com a psique.

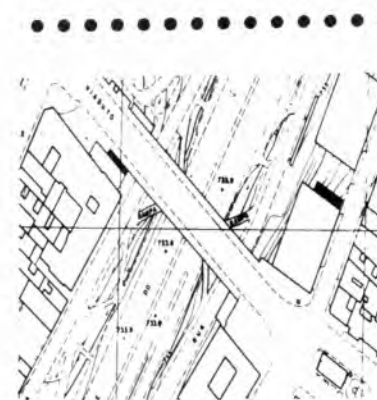
Os dormitórios, os únicos espaços verdadeiramente privados da casa, são decorados de maneira muito pessoal, simbólica do *self* de quem os ocupa. Em grande parte das casas os dormitórios são arrumados de maneira funcional, mas muito desinteressante.

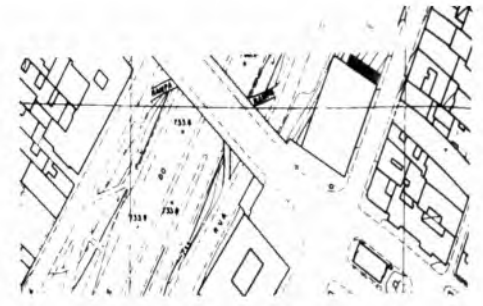
As salas íntimas, por outro lado, que são um território comum a várias personalidades contêm uma sobreposição de mensagens, às vezes até incongruentes, de diferentes *selves*. Já o *living*, aonde os convidados são recebidos, contém a melhor mobília, obras de arte, fotos... representando o *self* coletivo da família.

Há um estudo recente do Departamento de Sociologia da Universidade de Michigan sobre a decoração e de como os móveis estão organizados no *living* indicam a posição socioeconômica do morador; quanto pior ou melhor a sua posição é, na escala social, em relação a de seu pai; sua atitude em relação aos papéis de marido e mulher na casa e até as crenças em Deus. A presença ou a falta de determinados objetos serviriam como pistas do *status* e de certos princípios e atitudes do morador.

*“O living é a área onde as performances para os convidados são mais freqüentes e, portanto, a concepção deste setting (cenário) deve ser apropriada para esta performance. Portanto, mais do que em qualquer outra parte da casa, o living reflete as tentativas conscientes e inconscientes do indivíduo para expressar a sua identidade social. A sua decoração, em contraste com a dos outros quartos é mais certamente um reflexo de decisões feitas com critérios de gosto e estilo do que puramente decisões a nível econômico.”* (E. Laumann e J. House.)

Os sociólogos concluíram que na sociedade americana, numa mesma faixa socioeconômica (de classe alta), casas com decoração tradicional francesa ou *early-american* eram ocupadas por pessoas cuja posição social era semelhante a de seus pais. Outras casas, com decoração moderna, geralmente pertenciam a pessoas que haviam ascendido socialmente, elas estariam respondendo principalmente às novas normas decorativas ditadas pelos *taste-makers* (formadores de opinião)





mais do que àquelas das classes sociais mais altas e estabelecidas a mais tempo.

*“Os novos ricos têm uma necessidade muito forte de validar seu novo status e ainda assim não são aceitos socialmente pelas classes sociais mais altas e tradicionais. Uma vez que suas associações não validam claramente a sua posição, eles voltam-se para o consumo, no entanto, este notável consumo precisa ser feito com bom gosto se é para atender a uma reivindicação por um alto status em matéria que não seja meramente o dinheiro.*

*Assim os nouveaux-riches procuram descobrir quais são os últimos e mais chiques mandamentos do consumo, e a descoberta destes mandamentos é fácil numa sociedade que possui uma classe de taste-makers profissionais (arquitetos, decoradores, fashion-designers...) e uma mídia também taste-maker (jornais e revistas especializados).*

*As tendências de consumo também são evidentes nos estilos de decoração adotados pelo governo e setores de negócios para os seus escritórios e lojas. Em todos estes casos as normas, hoje em dia, favorecem a decoração moderna.*

*Os novos ricos então menosprezam o estilo da tradicional classe alta em favor das novas modas. Isto serve a um duplo propósito: estabelecer o seu bom gosto e, portanto, status, enquanto simbolicamente mostrar o seu desdém pelo tradicional esnobe.”* (E. Laumann e J. House.)

*Os estilos decorativos especialmente nos livings e a escolha do estilo da casa em si “parecem ter uma forte correlação entre o estilo selecionado e a self-image do consumidor. Ambos, a fachada e a decoração, parecem ser selecionados para refletir como a pessoa se vê em relação à sociedade e ao mundo exterior e como ela deseja apresentar o seu self para a família e os amigos.”* (C. Cooper, *The house as symbol of self.*)

**Parte II** Sendo a nossa dissertação de mestrado um trabalho que se desenvolve buscando a explicação para a *substituição dos estilos na virada do século*, temos estudado momentos de introdução de inovações estéticas, isto é, momentos onde tenham ocorrido alterações da ordem estabelecida.

Lidamos de maneira muito próxima com a questão do 'belo' e do 'gosto'. O conceito de *Kunstwollen*<sup>4</sup>, definido por Alois Riegl, que pode ser traduzido por 'Querer artístico', tem sido útil e tem provado ser eficiente na análise dos momentos estudados.

Com base nos estudos de C. Jung e seus discípulos poderemos, agora, trilhar caminhos ligados à interpretação psicológica e aprofundarmos o estudo dos mesmos e de outros momentos sob esta ótica.

Em um dos exemplos até agora estudados, vimos que H. P. Berlage introduziu na Holanda, na virada do século, para uma sociedade nova com novos usos e novos hábitos, uma arquitetura que permitia uma síntese cultural do passado com o presente. A nível formal ele alcançou uma nova tipologia tendo como referencial o estilo românico. Adotou novos materiais e novas tecnologias, mas também resgatou os materiais próprios da identidade nacional holandesa há muito tempo, como é o caso do 'tijolinho', por exemplo, usando-o de maneira inédita num esforço para se construir uma arquitetura nacional holandesa.

Em outro exemplo, na Áustria do início do século 20, Otto Wagner abraça os benefícios da produção industrial, proclamando a primazia absoluta da estrutura com respeito ao ornamento, ele assume que *"o único ponto de partida possível para a criação artística é a vida moderna... todas as formas modernas devem estar em harmonia com as novas exigências do nosso tempo. Nada que não seja prático poderá ser belo"*. A sua referência histórica é o neoclassicismo.

Aliás, todo um período conhecido como 'ecletismo' e os 'revivals' estilísticos típicos da cultura historicista que foi o berço de ambos os arquitetos citados, denotam formalmente uma época de indefinição, onde elementos decorativos de estilos do passado vinham sendo utilizados apenas com caráter ornamental, não importando a coerência com o todo, com o estilo<sup>5</sup> enquanto uma linguagem concisa e global. Este empréstimo de formas históricas, no entanto, demonstra a necessidade de apego a formas já conhecidas e consagradas.

Berlage e Wagner não desafiaram o *Kunstwollen* de sua época, ao contrário, foram justamente de encontro a ele quando usaram um referencial estético historicista como ponto de partida para esta

(4) Alois Riegl define o conceito de "intenção ou querer artístico" ao longo de sua obra *Le culte moderne de Monuments son essence et sa genèse* basicamente como sendo o impulso estético que reflete desejo por uma visão harmoniosa da relação entre o homem e a natureza. Riegl diz que, segundo a concepção 'moderna', o valor de arte de um monumento é medido pela maneira como ele satisfaz as exigências do "querer artístico moderno" (ao que ele chama, através de um dos muitos neologismos que cria, de *Kunstwollen*) que variam de indivíduo para indivíduo, de momento a momento... Segundo as suas "concepções modernas", não existe um valor de arte eterno, mas somente um valor de arte relativo, atual... (algo flexível e mutante). Assim, o passado adquire um valor de contemporaneidade perante a vida e a criação moderna.

(5) Segundo a *Encyclopedia of the Arts*: "Estilo significa aquelas características da forma que são peculiares a um certo trabalho ou a um grupo de trabalhos, e que ao mesmo tempo o distingue de outros trabalhos. Estas peculiaridades características devem ser orgânicas e, desta forma, são reconhecidas como sinais de uma expressão de uma unidade completa. Tome-se como exemplo um trabalho em estilo gótico. As características individuais, como o arco ogival, as abóbodas nervuradas e os pilares ascendentes etc. não fazem o estilo gótico, mas é a relação orgânica de todas estas partes que forma a totalidade expressiva.



.....

sua nova arquitetura onde, desta maneira, estarão presentes elementos do passado aceitos e correspondentes ao 'querer artístico' do momento e da sociedade atual.

Ao confrontar este fato com a noção de *self*, não apenas do indivíduo, mas de toda a comunidade, uma vez que estamos falando de uma arquitetura nacional, a necessidade de mudança seria devido a uma adequação de um *self* novo a uma nova realidade: são novas relações sociais e interpessoais e até familiares, são novas também a tecnologia e os materiais; há uma necessidade de criação de habitações em massa, o que antes não ocorria e, é natural que tendo sido alterados os valores desta sociedade, isto venha a ser expresso de maneira palpável e visível através de sua arquitetura (e da leitura de sua cidade).

A alteração das relações produtivas e sociais traz a necessidade de uma revisão dos padrões estéticos. Isto é, novos valores sociais precisam, para serem sedimentados ou justificados, de outros valores estéticos, sejam eles totalmente novos ou emprestados de outros contextos ou de épocas passadas.

Podemos aqui fazer um paralelo entre o indivíduo e a sociedade: O indivíduo que passando por uma situação que o tenha pressionado a alguma espécie de desequilíbrio ou desenvolvimento psicológico altera a disposição do mobiliário em sua casa, o que inconscientemente comprova que esta deve acompanhar a evolução do *self* (agora modificado) que simboliza. Também os novos valores sociais e morais da sociedade serão passados simbolicamente através da arquitetura e do urbanismo inconscientemente para a própria população<sup>6</sup> e visitantes.

Há também uma relação comparativa entre as cidades expressando o *self* da coletividade, semelhante à que ocorre entre as casas como expressão do *self* das famílias. A casa é o símbolo do *self* do indivíduo assim como o urbanismo e a arquitetura seriam o símbolo do *self* de toda uma cidade<sup>7</sup> e da nação.

---

(6) Da sociedade para a cidade (o símbolo objetivo do *self* da sociedade) e desta para a sociedade novamente.

(7) E até de sua (da cidade) importância econômico-financeira comparativamente a outros centros urbanos.

A imagem da cidade é a imagem que seus habitantes têm dela. Ainda é também a imagem que os formadores de opinião (regidos ou não pelas autoridades, regimes políticos ou interesses econômicos) induzem que tenham dela e do papel que representam nela. A imagem da cidade é, portanto, o retrato daquela sociedade,

.....

de suas instituições e das transformações políticas, sociais e econômicas por que ela passou e está passando agora: tudo emitido e captado em questão de segundos e de maneira simbólica.

Se há a necessidade de novas formas para simbolizar uma nova condição socioeconômica, por outro lado, o historicismo representaria o apego e a necessidade de validar as suas raízes, o seu passado histórico e de enaltecer a sua cultura<sup>8</sup>, representando também uma resistência à mudança trazida pelos tempos modernos<sup>9</sup>.

As novas formas convencionadas no plano de Berlage para Amsterdã Sul, por exemplo, são na verdade símbolos físicos próximos e significantes para o homem daquela sociedade; se traduzem os novos valores desta sociedade, também permitem a ele compreender o seu papel e a sua existência nesta sociedade e situar-se nela.

Seria o diálogo do *self* individual com a coletividade: cada casa, cada célula é parte do todo, assim como cada ser humano é uma parte da sociedade e tem seu lugar nela, assim as lutas de classe e a noção de importância dentro de uma hierarquia social capitalista estão representadas na cidade pela disposição das habitações, pela área que ocupam em metragem quadrada, pela quantidade de capital e trabalho investidos a nível físico e concreto (e, talvez, pelo gosto e estilo a nível inconsciente e simbólico) que salientam as diferenças entre seus protagonistas. Seguindo mais adiante, o diálogo entre o indivíduo e a sociedade estaria simbolizado pelo diálogo entre o edifício habitacional e o urbanismo mesmo.

COOPER, C. *The house as symbol of self*. Berkeley: Working Paper 120, 1971.

EDINGER, E. F. *Ego e arquétipo*. São Paulo: Cultrix, 1995.

JUNG, C. G. (et d'autres). *L'homme et ses symboles*. Paris: Pont Royal, 1964.

OLIVEIRA, N. Jung. *Vida e obra*. Rio de Janeiro: José Alvaro Editor/ Paz e Terra, 1975.

RIEGL, A. *Le culte moderne des monuments son essence et sa genèse*. Paris: Editions du Seuil, 1984.

*Nossos agradecimentos especiais à Profª. Drª. Élide Monzeglio pelo incentivo e orientação que dela recebemos, sem os quais este trabalho não teria sido possível.*

---

(8) Nas Américas, por exemplo, empregou-se enormemente o estilo neoclássico, no período em questão, especialmente na construção de edifícios institucionais.

(9) Características de um estilo artesanal encobrimo um processo produtivo moderno em larga escala, uma produção em massa não-artesanal.

## Bibliografia

