



UNISUL

UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA

CYNTHIA HANSEN

**O USO DE IMAGENS PARA A APREENSÃO DA CULTURA:
UMA ABORDAGEM BASEADA NA FILOSOFIA PEIRCEANA**

Palhoça

2017



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
CYNTHIA HANSEN

**O USO DE IMAGENS PARA A APREENSÃO DA CULTURA:
UMA ABORDAGEM BASEADA NA FILOSOFIA PEIRCEANA**

Tese apresentada ao Curso de Doutorado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina como requisito parcial à obtenção do título de Doutora em Ciências da Linguagem.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Nádia Régia Maffi Neckel

Palhoça
2017

H22 Hansen, Cynthia, 1979-

O uso de imagens para a apreensão da cultura : uma abordagem baseada na filosofia peirceana / Cynthia Hansen. – 2017.

182 f. : il. color. ; 30 cm

Tese (Doutorado) – Universidade do Sul de Santa Catarina, Pós-graduação em Ciências da Linguagem.

Orientação: Prof^a. Dr^a. Nádia Régia Maffi Neckel

1. Semiótica. 2. Cultura. 3. Imagens - Interpretação. I. Peirce, Charles S. (Charles Sanders), 1839-1914. II. Neckel, Nádia Régia Maffi, 1975-. II. Universidade do Sul de Santa Catarina. IV. Título.

CDD (21. ed.) 401.41

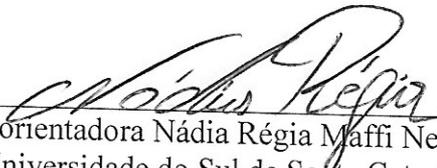
Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Universitária da Unisul

CYNTHIA HANSEN

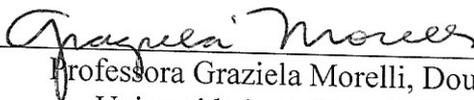
**USO DE IMAGENS PARA A APREENSÃO DA CULTURA: UMA ABORDAGEM
BASEADA NA FILOSOFIA PEIRCEANA**

Esta Tese foi julgada adequada à obtenção do título de Doutor em Ciências da Linguagem e aprovada em sua forma final pelo Curso de Doutorado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina.

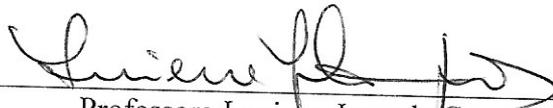
Palhoça, 21 de julho de 2017.



Professora e orientadora Nádia Régia Maffi Neckel, Doutora.
Universidade do Sul de Santa Catarina



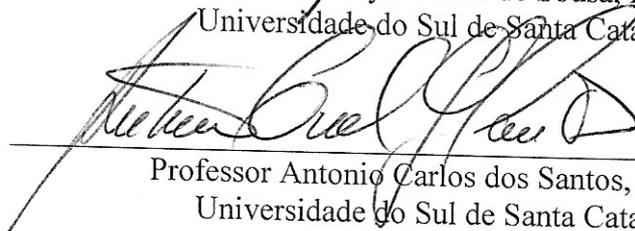
Professora Graziela Morelli, Doutora.
Universidade do Vale do Itajaí



Professora Luciene Jung de Campos, Doutora.
Universidade de Caxias do Sul



Professora Ramayana Lira de Sousa, Doutora.
Universidade do Sul de Santa Catarina



Professor Antonio Carlos dos Santos, Doutor.
Universidade do Sul de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) que, por meio do Programa de Suporte à Pós-Graduação de Instituições de Ensino Particulares (PROSUP), financiou meu curso de Doutorado, atuando, desta maneira, não só em prol de meu aperfeiçoamento profissional, mas também pessoal.

Agradeço aos colaboradores e docentes do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem (PPGCL) da Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul), *campus* Pedra Branca, pela oportunidade de adquirir novos conhecimentos e pela carinhosa atenção, compreensão, auxílio e estímulo. Neste sentido, agradeço especialmente a minha orientadora, Prof^a Dra. Nádia Régia Maffi Neckel, cujo acolhimento, atenção, paciência, carinho, e confiança foram fundamentais para a concretização deste trabalho.

Agradeço imensamente a acolhida entusiasmada do *Offcina Café & Coworking*. Aos proprietários e gestores Yuri Borges e Ricardo Guedes, à Gerente de Relações Comunitárias do empreendimento, Maitê Werneck, e aos tantos *coworkers* com os quais tive o prazer de conversar e que acabaram participando deste trabalho por conta das imagens que deixaram disponibilizadas para acesso em plataformas de compartilhamento *online*.

Agradeço, muito especialmente, às maravilhosas pessoas que fazem parte do meu dia-a-dia. Dentre todas, nomino apenas meu marido, Hans Peder Behling, como representante deste contingente incrível. Assim como ele, cada uma das pessoas cujos nomes aqui não sou capaz de citar porque – que alegria – são tantas, terão minha eterna gratidão. Muito obrigada a cada um que, a seu modo, a partir de suas posições e dentro das suas possibilidades, me ajudou a trilhar este caminho, que foi tão duro e ao mesmo tempo tão gratificante para mim.

Por fim, agradeço, também, ao Prof. Dr. Aldo Litaiff, por ter me apresentado a um universo a partir do qual olhar o mundo se tornou um exercício mais fascinante do que já costumava ser.

“Não pretendemos duvidar, filosoficamente, daquilo que não duvidamos em nossos corações” (Charles Sanders Peirce).

RESUMO

A sociedade se constrói enquanto cultura desde as atitudes mais prosaicas do dia-a-dia até as problematizações mais complexas que coloca em pauta para sua própria reflexão. Não se pode esperar, portanto, que seja possível aprisionar a cultura em um conceito. A cultura é um contexto no qual uma profusão de possibilidades significantes (comportamentos, artefatos, estados de consciência) se entrelaça. Uma apreensão deste contexto invariavelmente demanda que se busque categorias de análise capazes de abarcá-lo de forma holista, ou seja, considerando todos os seus diferentes – e mesmo contraditórios – aspectos. Em vista deste contexto, o objetivo desta tese é mostrar que é possível extrair conhecimento sobre o mundo a partir dos fenômenos que constituem este próprio mundo e que a análise semiótica de imagens produzidas pelas pessoas a respeito de suas experiências cotidianas é uma estratégia válida para isso. Dado deste interesse, o primeiro passo do trabalho foi traçar uma relação entre o momento contemporâneo, a cultura e as imagens para, então, discutir as imagens, enquanto artefatos culturais, em suas potencialidades sígnicas. Isto feito, buscou-se identificar um objeto representativo do tempo atual, para o qual fosse possível olhar visando a elaboração de um *corpus* de imagens e se desenvolveu um método baseado na filosofia peirceana, incluindo não só as relações de significação que o pensador propõe, mas também sua fenomenologia e as conexões filosóficas com a Estética, a Ética e a Lógica, para lidar com este *corpus* a fim de extrair inferências a respeito do contemporâneo. Os achados da pesquisa permitem pensar como a atenção diligente a determinadas ações sociais e o uso de uma ferramenta conceitual adaptada ao caráter holista do contexto cultural são capazes de fornecer inferências que podem ser consideradas válidas porque se dão a partir do próprio grupo que negocia os significados ali potencializados expressando, em diferentes níveis, suas crenças, desejos e intenções

Palavras-chave: Cultura. Imagens. Filosofia de Charles Sanders Peirce.

ABSTRACT

Society builds itself as a culture from the most prosaic attitudes of everyday life to the most complex problematizations that it puts on the agenda for its own reflection. Therefore, one cannot expect to be able to imprison culture in one concept. Culture is a context in which a profusion of significant possibilities (behaviors, artifacts, states of consciousness) intertwines. An apprehension of this context invariably demands a search for categories of analysis capable of encompassing it holistically, that is, by considering all their different - and even contradictory - aspects. In view of this context, the aim of this thesis is to show that it is possible to extract knowledge about the world from the phenomena that constitute this very world and that the semiotic analysis of images produced by people about their everyday experiences is a valid strategy for this. Given this interest, the first step of the work was to draw a relation between the contemporary moment, culture and images, in order to discuss images as cultural artifacts in their signic potentialities. After that, we sought to identify an object representative of the current time, for which it were possible to look at aiming the elaboration of a corpus of images. Then, a method based on Peircean philosophy was developed, including not only the relations of signification that the thinker proposes, but also his phenomenology and philosophical connections with Aesthetics, Ethics and Logic, to deal with this corpus in order to extract inferences about the contemporary. The findings of the research allow us to think how diligent attention to certain social actions and the use of a conceptual tool adapted to the holistic character of the cultural context are capable of providing inferences that can be considered valid because they emerge from the same group that negotiates the meanings there potentialized and because these inferences express, at different levels, their beliefs, desires and intentions.

Keywords: Culture. Images. Charles Sanders Peirce's Philosophy.

RÉSUMÉ

La société se construit comme une culture allant des attitudes les plus prosaïques de la vie quotidienne aux problèmes les plus complexes qu'elle met à l'ordre du jour pour sa propre réflexion. Par conséquent, on ne peut s'attendre à pouvoir emprisonner la culture dans un seul concept. La culture est un contexte dans lequel une profusion de possibilités significatives (comportements, artefacts, états de conscience) s'entrecroise. Une appréhension de ce contexte exige invariablement une recherche de catégories d'analyse capables de l'englober de manière holistique, c'est-à-dire en considérant tous leurs aspects différents - voire contradictoires. Compte tenu de ce contexte, l'objectif de cette thèse est de montrer qu'il est possible d'extraire des connaissances sur le monde à partir des phénomènes qui constituent ce monde même et que l'analyse sémiotique des images produites par les gens sur leurs expériences quotidiennes est une stratégie valable pour ça. Compte tenu de cet intérêt, la première étape du travail était de tracer une relation entre le moment contemporain, la culture et les images, afin de discuter des images comme des artefacts culturels dans leurs potentialités significatives. Ensuite, nous avons cherché à identifier un objet représentatif de l'heure actuelle, pour lequel il était possible d'envisager l'élaboration d'un corpus d'images. Ensuite, une méthode basée sur la philosophie de Charles Sanders Peirce a été développée, y compris non seulement les relations de signification que le penseur propose, mais aussi sa phénoménologie et ses liens philosophiques avec l'esthétique, l'éthique et la logique, pour faire face à ce corpus afin d'extraire des inférences sur le contemporain. Les résultats de la recherche nous permettent de penser combien une attention diligente à certaines actions sociales délibérées et l'utilisation d'un outil conceptuel adapté au caractère holistique du contexte culturel sont capables de fournir des inférences qui peuvent être considérées logiquement correctes parce qu'elles émergent de la même groupe qui négocie les significations là-bas potentialisées et parce que ces inférences expriment, à différents niveaux, leurs croyances, leurs désirs et leurs intentions.

Mots-clés : Culture. Images. Philosophie de Charles Sanders Peirce.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – <i>Brandy</i> Veterano (Osborne) e o touro de concreto desenvolvido por Manolo Prieto em 1956 para campanha da marca.....	39
Figura 2 – Ilustração sobre a importância das empresas espanholas no mundo.....	39
Figura 3 – Cartão de natal com uso do Toro de Osborne	40
Figura 4 – Diagrama sígnico 01: do Toro de Osborne à ideia de Espanha	41
Figura 5 – Diagrama sígnico 02: do Toro de Osborne ao nacionalismo espanhol.....	42
Figura 6 – Diagrama sígnico 03: do Toro de Osborne ao boi de presépio	42
Figura 7 – Material informativo para participação na pesquisa	50
Figura 8 – Recorte linha 01 (painel semiótico 1)	63
Figura 9 – Recorte linha 02 (painel semiótico 1)	64
Figura 10 – Recorte linha 03 (painel semiótico 1)	65
Figura 11 – Recorte linha 04 (painel semiótico 1)	65
Figura 12 – Rearranjo da linha vertical (painel semiótico 1)	66
Figura 13 – Elementos de composição: cores (painel semiótico 1)	67
Figura 14 – Elementos de composição: linhas e direções (painel semiótico 1)	68
Figura 15 - Elementos de composição: intensidade cromática (painel semiótico 1).....	68
Figura 16 - Elementos de composição: texturas (painel semiótico 1).....	69
Figura 17 – Recorte linha 01 (painel semiótico 2)	71
Figura 18 – Recorte linha 02 (painel semiótico 2)	71
Figura 19 – Recorte linha 03 (painel semiótico 2)	72
Figura 20 – Rearranjo da linha vertical (painel semiótico 2)	73
Figura 21 - Estar no <i>lounge</i> (Painel semiótico 03)	75
Figura 22 - Eventos no <i>lounge</i> / café (Painel semiótico 03).....	76
Figura 23 - Atividade física no terraço (Painel semiótico 03).....	77
Figura 24 – Horta (painel semiótico 03).....	77
Figura 25 – Eventos na área externa / <i>lounge</i> (painel semiótico 04).....	79
Figura 26 - Estar no <i>lounge</i> (painel semiótico 04)	80
Figura 27 – <i>Lounge</i> externo como espaço multiuso (painel semiótico 04).....	80
Figura 28 - Atividade física no terraço (Painel semiótico 04).....	81
Figura 29 – Outras relações (painel semiótico 04)	81
Figura 30 - Opções de comida e bebida do café (painel semiótico 05).....	83

Figura 31 - Destaques do cardápio: comida (painel semiótico 05)	83
Figura 32 - Destaques do cardápio: comida (painel semiótico 05)	84
Figura 33 – Momentos para aproveitar as opções do café (rearranjo - painel semiótico 05)...	85
Figura 34 – Chá ou infusão (painel semiótico 06).....	87
Figura 35 – Outras opções (painel semiótico 06).....	88
Figura 36 – No cardápio e em destaque pelos usuários (painel semiótico 06).....	89
Figura 37 – Fotografia de comida (painel semiótico 06).....	89
Figura 38 – Arte com música (painel semiótico 08)	91
Figura 39 – Outros registros (painel semiótico 08).....	92
Figura 40 – Trabalhando e interagindo nas mesas do café (painel semiótico 10).....	94
Figura 41 – Mesa comunitária do café (painel semiótico 10)	95
Figura 42 – Ensinando e aprendendo no café (painel semiótico 10).....	97
Figura 43 – Outros registros (painel semiótico 10)	99
Figura 44 – Eventos música no café (painel semiótico 11).....	100
Figura 45 – Festas temáticas (painel semiótico 11).....	101
Figura 46 – Interação e descontração no café (painel semiótico 11).....	101
Figura 47 – Ensinando e aprendendo no auditório (painel semiótico 15).....	106
Figura 48 – Intervenções no auditório (painel semiótico 15).....	107
Figura 49 – Interação no auditório (painel semiótico 16)	109
Figura 50 – Várias formas de ensinar e aprender (painel semiótico 16).....	110
Figura 51 – Na (imitação de) natureza (painel semiótico 16)	111
Figura 52 – Trabalho na barbearia, no café e no auditório (painel semiótico 17).....	113
Figura 53 – Mesas de trabalho (painel semiótico 17).....	114
Figura 54 – Logotipo do <i>Offcina Café & Coworking</i>	122
Figura 55 – Exemplos de símbolo de liga / desliga.....	123
Figura 56 – Exemplos de contornos de uma xícara de café sobre um pires quando vista de cima	123
Figura 57 – Eventos sociais do <i>Offcina Café & Coworking</i> (painel semiótico 23).....	126
Figura 58 – Promoções de bebidas do <i>Offcina Café & Coworking</i> (painel semiótico 23)....	126
Figura 59 – Ações de <i>Coworking Day</i> do <i>Offcina Café & Coworking</i> (painel semiótico 23)	127
Figura 60 – Informações sobre o <i>Offcina Café & Coworking</i> (painel semiótico 23).....	128
Figura 61 – Criando curiosidade pelo empreendimento (painel semiótico 25).....	133
Figura 62 – Mostrando a estrutura do empreendimento (painel semiótico 25).....	134
Figura 63 – <i>Offcina CAFÉ (& Coworking)</i> (painel semiótico 25)	136

Figura 64 – Natureza e civilização (painel semiótico 25)	137
Figura 65 – Criatividade e ação (painel semiótico 25).....	138
Figura 66 – <i>Turn it off</i> (painel semiótico 26)	141
Figura 67 – Crenças, conquistas e desejos (painel semiótico 26)	143
Figura 68 – Eu concordo! (painel semiótico 26).....	144
Figura 69 – <i>Just Better, Folks!</i> (painel semiótico 27)	145
Figura 70 – Assinatura de desenhos animados da Warner Bros	146
Figura 71 – Meditação, barbearia com música e geração jovem (painel semiótico 27).....	147
Figura 72 – Do <i>Happy Hour</i> à horta (painel semiótico 27).....	148
Figura 73 – TEDxBlumenau (painel semiótico 27).....	149
Figura 74 – Captura de tela antes e depois da edição.....	183
Figura 75 – Impressões dos elementos do <i>corpus</i> para recorte	184
Figura 76 – Esboços para a montagem dos painéis de apresentação	184

LISTA DE PAINÉIS SEMIÓTICOS

Painel semiótico 1 – Ambiência (<i>Offcina</i>)	62
Painel semiótico 2 – Ambiência (frequentadores).....	70
Painel semiótico 3 – Atividades na área externa (<i>Offcina</i>)	74
Painel semiótico 4 - Atividades na área externa (Frequentadores)	78
Painel semiótico 5 – Alimentação na área interna do café (<i>Offcina</i>)	82
Painel semiótico 6 - Alimentação na área interna do café (Frequentadores)	87
Painel semiótico 7 – Café (frequentadores).....	90
Painel semiótico 8 – Arte e cultura no café (<i>Offcina</i>)	91
Painel semiótico 9 – Arte e cultura (frequentadores)	93
Painel semiótico 10 - Interagindo, trabalhando, aprendendo e se divertindo no café (<i>Offcina</i>)	94
Painel semiótico 11 – Interagindo e se divertindo no café (Frequentadores).....	100
Painel semiótico 12 – Mesa comunitária do café (Frequentadores).....	102
Painel semiótico 13 - Ensinando e aprendendo no café (Frequentadores).....	103
Painel semiótico 14 – Espaço de <i>coworking</i> (<i>Offcina</i>).....	104
Painel semiótico 15 – Auditório (<i>Offcina</i>)	106
Painel semiótico 16 – Auditório (Frequentadores).....	109
Painel semiótico 17 – Relações de trabalho (Frequentadores).....	112
Painel semiótico 18 – Retratos, flagrantes e poses (Frequentadores).....	115
Painel semiótico 19 – Encontros (Frequentadores).....	116
Painel semiótico 20 – <i>Selfies</i> (Frequentadores).....	117
Painel semiótico 21 – Agenda de eventos (<i>Offcina</i>).....	119
Painel semiótico 22 – Eventos do <i>Offcina Café & Coworking</i> (<i>Offcina</i>).....	125
Painel semiótico 23 – Agenda de eventos (Frequentadores).....	129
Painel semiótico 24 – Ideias do <i>Offcina Café & Coworking</i> (<i>Offcina</i>).....	132
Painel semiótico 25 – Ideias sobre o <i>Offcina Café & Coworking</i> (Frequentadores).....	140
Painel semiótico 26 – Destaques do <i>Offcina Café & Coworking</i> (<i>Offcina</i>)	145
Painel semiótico 27 – Destaques: TEDxBlumenau (Frequentadores).....	150
Painel semiótico 28 - Destaques: do <i>Happy Hour</i> à horta (Frequentadores)	151
Painel semiótico 29 – Destaques: assunto de hoje (Frequentadores)	152
Painel semiótico 30 – Destaques: marcas no OFF (Frequentadores)	154

Painel semiótico 31 - Destaques: outros (Frequentadores)	155
--	-----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Constituintes do signo de Peirce.....	33
Tabela 2 – Categorias fenomenológicas universais de Peirce.....	34
Tabela 3 – As análises triádicas de Peirce.....	36
Tabela 4 – Características dos signos em relação a seu objeto conforme Peirce	38
Tabela 5 – Eventos no <i>Offcina Café & Coworking</i> anunciados pelo empreendimento	120
Tabela 6 – Marcas e pessoas envolvidas nos eventos anunciados pelo empreendimento.....	121
Tabela 7 – Eventos no <i>Offcina Café & Coworking</i> anunciados por frequentadores.....	130
Tabela 8 – Eventos históricos relacionados ao <i>coworking</i>	174
Tabela 9 – Principais <i>hashtags</i> relacionadas ao <i>Offcina Café & Coworking</i> no Instagram...	179
Tabela 10 – Publicações com <i>hashtags</i> no <i>corpus</i> de análise	181

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	15
2	CONTEMPORANEIDADE E CULTURA	21
3	IMAGENS, SIGNOS, SEMIÓTICA.....	30
3.1	DE ONDE BUSCAR AS IMAGENS?	44
4	PERCURSOS METODOLÓGICOS DE ELABORAÇÃO, DESCRIÇÃO E ANÁLISE DO <i>CORPUS</i>.....	47
5	DESCRIÇÃO CARTOGRÁFICA E ANÁLISE SEMIÓTICA DO <i>CORPUS</i>.....	61
5.1	PRIMEIRIDADE: SENSações DO <i>OFFCINA CAFÉ & COWORKING</i>	61
5.2	SECUNDIDADE: RELAÇÕES DO <i>OFFCINA CAFÉ & COWORKING</i>	73
5.3	TERCEIRIDADE: ABSTRAÇÕES SOBRE O <i>OFFCINA CAFÉ & COWORKING</i> ...	118
6	OS BENS LÓGICO, ÉTICO E ESTÉTICO DO <i>OFFCINA CAFÉ & COWORKING</i>	158
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	165
	REFERÊNCIAS	169
	APÊNDICES	173
	APÊNDICE A – HISTÓRIA DO <i>COWORKING</i>.....	174
	APÊNDICE B – DEMAIS ASPECTOS TÉCNICO-METODOLÓGICOS DA PESQUISA	177

1 INTRODUÇÃO

De Masi (2003) afirma que, especialmente a partir dos anos de 1970, as categorias tradicionais da análise da realidade social foram se tornando cada vez menos suficientes para explicar as novas formas tanto de ordem quanto de (des)ordem social, bem como os novos tipos de agregação e de ação coletiva e as novas aspirações que os indivíduos passaram a amadurecer nas várias etapas de sua socialização. Entretanto, o autor lembra que não é a realidade que está em crise, mas o modo como ela é compreendida e avaliada. Maffesoli (2010a) parece concordar que um modo de pensar debilitado se revela quando se observa, hoje, dogmas, certezas ou convicções das mais variadas ordens, mas destaca que, embora difícil, a necessidade de pensar o mundo permanece e, para o sucesso desta empreitada ele sugere que se abandone a costumeira atitude paranoica moderna em prol de um processo metanoico, ou seja, que se passe de um processo exacerbadamente auto centrado a um que considere a coexistência conflituosa de diferentes reflexões em torno da natureza, das etapas e limites do conhecimento humano, conduzindo a modificações no modo de vida.

Estas percepções, encontradas em vários autores e representadas aqui nos comentários de De Masi e Maffesoli, foram o ponto de partida para um questionamento muito pessoal a respeito de uma nítida sensação de transformações em curso e de como seria possível flagrar, registrar o que fazia despertar essa sensação e, por consequência, apontar elementos a ela relacionados. Uma crença muito forte de que tais elementos poderiam indicar o teor das transformações percebidas foi a mola propulsora deste trabalho de mergulhar no hoje e tentar extrair dele alguma característica própria. Entretanto, se há uma crise em relação à capacidade de análise da realidade social, querer denominar, caracterizar, delinear os contornos do contemporâneo enquanto época histórica se apresenta como uma tarefa bastante problemática. Neste sentido, as considerações de Groys (2010) sobre o contemporâneo auxiliaram a estabelecer o que se pode levar em consideração na busca de bases para compreender (e, caso interesse, nomear) o período em que se vive hoje.

Apesar de o foco da discussão de Groys (2010) ser a arte contemporânea, para situá-la o autor se indaga, antes de mais nada, o que seria a contemporaneidade e como ela poderia ser representada. Sua concepção é de que: “Ser contemporâneo pode ser entendido

como ser imediatamente presente, como ser aqui e agora¹” (GROYS, 2010, p. 85, tradução nossa). Isto posto, o autor se indaga o que tanto interessa em relação a esse aqui e agora que é o presente e como ele se manifesta na nossa experiência cotidiana, ao que responde que lhe parece que “o presente é inicialmente alguma coisa que impede a realização de nossos projetos cotidianos ou não cotidianos, alguma coisa que evita a nossa transição suave para o futuro [...], que faz com que nossas esperanças e planos se tornem não oportunos [...]” (GROYS, 2003, p. 86, tradução nossa). Esta ideia é ilustrada da seguinte maneira no texto:

Repetidas vezes, somos obrigados a dizer: sim, é um bom projeto, mas no momento não temos dinheiro, não temos tempo, não temos energia, e assim por diante, para realizá-lo. Ou: esta tradição é maravilhosa, mas no momento não há interesse nela e ninguém quer dar continuidade a ela. Ou: esta utopia é bonita mas, infelizmente, hoje ninguém acredita em utopias, e assim por diante (GROYS, 2003, p. 86, tradução nossa).

A síntese do autor a respeito desta situação é de que o presente se constitui em um momento no tempo no qual as pessoas decidem reduzir suas expectativas de futuro ou abandonar algumas tradições passadas que lhes são caras. Groys (2010) destaca que, no momento em se começa a questionar os próprios projetos, duvidar deles ou reformulá-los, esse mesmo presente se torna central. Faz muito sentido, a partir deste raciocínio, a observação de De Masi (2003) de que a contemporaneidade é caracterizada pela consciência de que as visões de mundo com as quais as pessoas se pautaram no passado são insuficientes para explicar o presente. Portanto, notar, no próprio entorno, significativas mudanças na maneira como as pessoas – especialmente as mais jovens – buscam identificar seus propósitos, atuar socialmente, trabalhar e construir suas carreiras e, o que pode ser considerado ainda mais sério, sentir uma profunda necessidade de questionar a forma como a sua própria atuação profissional se realiza na prática – forma extraída da experiência de estudar durante a maior parte da vida e observar a atuação docente – e iniciar mudanças cujos resultados empíricos indicam que aquelas formas realmente não conseguem responder a uma série de demandas, que existe uma ânsia por parte de uma parcela de jovens em conhecer e lidar com ideias e conceitos de uma forma diferente, foram alguns dos sinais mais importantes de que este contemporâneo de Groys (2010) se instalava de forma muito prosaica no dia-a-dia de muitas pessoas (inclusive no meu).

¹ Tal noção, lembra o autor, levanta a polêmica da crítica à presença, para a qual o presente é corrompido pelo passado e pelo futuro, de modo que há sempre uma ausência no coração da presença, e aponta que tal visão negativa tem relação com a postura moderna diante do tempo, que privilegia o futuro em detrimento do presente.

A questão que surgiu a partir destas percepções foi: como abordar esta realidade de modo a extrair dela algum conhecimento? O caminho para a solução deste problema foi encontrado em Maffesoli (2010a). O autor afirma que se, antes, a hipótese de um *homo economicus* era pertinente para conduzir a uma visão da vida social, hoje é preciso muito mais que isso. Sua sugestão é de que agora é preciso olhar para a comunicação – entendida como correspondência, analogia, socialidade – como um conjunto mais amplo que o das leis econômicas e mais capaz, portanto, de permitir a compreensão da vida social atual, especialmente em vista do poderoso auxílio que recebeu do desenvolvimento tecnológico. Como destaca o autor, a constelação societal que se enxerga hoje mostra a relevância da imagem e do símbolo. “Ordem simbólica que, no mais próximo de sua etimologia, é uma ordem da correlação, da colocação em relação, da correspondência. Todas as coisas que induzem essas imagens, metáforas e diversos jogos de imagem que pontuam, à porfia, a vida cotidiana” (MAFFESOLI, 2016, p. 150).

Para Maffesoli (2012), na contemporaneidade está se firmando um paradigma que pode ser chamado de ‘ética da estética’, visto que nele as pessoas se vinculam a partir de paixões compartilhadas, e a imagem é o vetor de tal estética, pois torna visível uma força invisível, se apresentando como um mundo concentrado, uma cristalização do cosmo. Corroborando esta ideia, destacou-se, na busca de entendimento sobre as potencialidades da imagem, a observação de Porto Alegre (1998, p. 76), de que as imagens, como artefatos culturais, participam da construção da vida coletiva, já que pertencem ao mundo compartilhado dos indivíduos e dos grupos sociais. Para a pesquisadora, portanto, em sua amplitude, a imagem forja um campo próprio de significância que permite perceber novos sentidos na comunicação pretendida. Neste contexto, considerou-se os benefícios que a condição tecnológica atual traz àqueles que buscam compreender a contemporaneidade pela via da imagem, visto que colocam a disposição, em plataformas *online* de redes sociais, o mundo compartilhado dos indivíduos e dos grupos sociais.

Entretanto, como aponta Manzini (2008), a natureza humana é complexa e contraditória, oferecendo possibilidades de operação segundo diversas lógicas e diferentes aspirações, de modo que uma condição de bem-estar emerge somente da relação dinâmica entre o que uma pessoa poderia ser e fazer e o que ela efetivamente sabe, faz e é. Deste modo, percebeu-se necessário encontrar um direcionamento para dar coerência a uma seleção de imagens que, em seu conjunto, condensasse um movimento em busca de uma nova e/ou melhorada condição de bem-estar. Assim, considerando a percepção pessoal de mudanças na maneira como muitas pessoas têm buscado identificar seus propósitos, atuar socialmente,

trabalhar e construir suas carreiras e notando, neste movimento, o crescimento de espaços de *coworking* que, por suas características, podem ser considerados, de acordo com a classificação de Manzini (2008), como iniciativas de rompimento de padrões consolidados, este fenômeno foi adotado como objeto pertinente para a pesquisa.

Até aqui já estavam claros que a aproximação teórica ao contemporâneo se daria a partir das imagens; que estas imagens deveriam representar pontos de vista que as pessoas constroem sobre si mesmas e sobre as outras, bem como sobre seus comportamentos, seus pensamentos, seus sentimentos e suas emoções; que estas imagens deveriam permitir condensar um movimento em busca de uma nova e/ou melhorada condição de bem-estar; que um espaço de *coworking* seria um objeto adequado em relação ao qual buscar imagens e que a fonte destas imagens poderia ser alguma plataforma de rede social *online* que permitisse seu compartilhamento (e livre acesso). Entretanto, uma questão fundamental ainda permanecia em aberto: como lidar com um *corpus* de pesquisa como este para dele extrair algum conhecimento válido?

Para lidar com a subjetividade inerente às imagens, Porto Alegre (1998), que tem suas discussões situadas no âmbito da Antropologia, defende que é preciso compreender como elas atuam na produção de significados e conseqüentemente, de conhecimento. Por conclusão, aponta que

o que as tendências mais atuais no estudo da imagem parecem propor é uma espécie de ‘hermenêutica visual’, pois a busca das conexões de sentido levam em conta a relativa autonomia das produções simbólicas, deixam de considerá-las como reflexo das condições dadas de existência e veem a realidade percebida — física, psicológica e social — e a produção simbólica como esferas não estanques e opostas, mas relacionadas em uma atividade específica na qual toda história de uma cultura está inscrita (PORTO ALEGRE, 1998, p. 110).

Neste âmbito, o antropólogo visual Etienne Samain (2007) identifica dois atos complementares de comunicação que permitem que se concretize a aquisição do conhecimento: de um lado, um ato imagético de construção e de configuração e, de outro, um ato de reconhecimento e de nominação da figura formada. Este raciocínio é a base de sua provocação epistemológica:

Será que poderemos nos dar conta, um dia, de que o ‘pensamento infográfico’ — o qual, com certeza, definirá e será o princípio de organização de nossa sociedade amanhã — origina-se de um pensamento mais imagético muito mais arcaico que, após ter mergulhado durante séculos nas configurações lógicas da fala e da escrita, nutrindo-se delas ininterruptamente, reaparece e se produz nas infinitas potencialidades da maquinaria comunicacional moderna? (SAMAIN, 2007, p. 74)

Neste contexto, o autor questiona porque ainda está tão incipiente o esforço em situar a comunicação imagética na gênese, na intersecção e na culminância da fala e da escrita. Segundo Samain (2007), se, de um lado, antes de ter conseguido ler e escrever, o homem já se comunicava a partir de seus órgãos dos sentidos, pensando e construindo o mundo singularmente; de outro, ao conquistar a fala e a escrita, este mesmo homem passa a “relegar a uma condição subalterna o exame dos próprios *dispositivos sensoriais* da comunicação humana e das intencionalidades lógicas que, muito provavelmente, estruturam-na internamente”. O autor destaca a visão, particularmente, como o dispositivo sensorial que “estimulou, em todos os tempos e para todos os homens e sociedades, um imaginário decisivo no que diz respeito à constituição dos mecanismos cognitivos e organizacionais do pensamento humano” (SAMAIN, 2007, p. 73, grifos do autor).

Toda esta argumentação ratifica a importância que Maffesoli (2016), um sociólogo, atribui a uma metodologia visual para servir de base para a compreensão daquilo que, para ele, é o cimento social: os afetos, as emoções, as paixões comuns, em seus rituais banais, na vida cotidiana. Processo inegavelmente comunicativo e, assim sendo, gerador de vínculos:

Desde o momento em que o *sentido* não está mais reduzido a uma finalidade longínqua, mas em que o sentido (significação) pode ser vivido aqui e agora, tudo faz *sentido*. Tudo tem uma significação, se torna sinal; em suma, tudo é símbolo. Isso quer dizer que todos os atos, os pensamentos, os fenômenos da vida cotidiana, por mais anódinos que sejam, se inscrevem em uma correspondência holística (MAFFESOLI, 2012, p. 23, grifos do autor).

Ao se considerar que o conhecimento é adquirido a partir de dois atos complementares de comunicação: (1) atos imagéticos de construção e de configuração e (2) atos de reconhecimento e de nomeação das figuras formadas, percebeu-se que, no intuito de buscar compreensão sobre o contemporâneo, os atos imagéticos se mostram mais adequados, pois são estes os atos que vão alimentar a sociedade com conteúdos para reconhecimento e denominação e permitir, portanto construir um caminho para a discussão sobre os tipos de conhecimento tais atos são capazes de fornecer sobre as coisas do mundo.

A partir deste ponto assumiu-se a semiótica de extração peirceana – bem como todo o raciocínio que permitiu a sua elaboração – como uma construção teórica capaz de especializar o gesto de leitura e interpretação, tornando possível uma forma de hermenêutica visual tal como pretendida por Porto Alegre (1998), pois leva em conta que as produções simbólicas não são apenas reflexos das condições dadas de existência, tendo relativa autonomia, e entende que realidade física, psicológica e social estão intrinsecamente

relacionadas a estas produções. Isso porque, segundo Nöth (2008), a semiótica é a ciência dos signos e também dos processos significativos – chamados de semiose – na natureza e na cultura. De acordo com Deely (1990), a semiose, ou ação dos signos, ocorre em vários níveis, que podem ser identificados como esferas ou zonas específicas de atividade sígnica, sendo a semiose – e não apenas o signo – o objeto da investigação semiótica. Desse modo, a semiótica é o conhecimento sobre a semiose, a explicação teórica sobre os signos e suas ações. Nestes termos, conforme Deely (1990) e também Nöth (2008), o ápice do desenvolvimento da semiótica se encontra nos escritos de Charles Sanders Peirce.

Tem-se, portanto, como objetivo desta tese, mostrar que é possível extrair conhecimento sobre o mundo a partir dos fenômenos que constituem este próprio mundo e que a análise semiótica de imagens produzidas pelas pessoas a respeito de suas experiências cotidianas é uma estratégia válida para isso. Em vista deste interesse, o primeiro passo do trabalho foi traçar uma relação entre o momento contemporâneo, a cultura e as imagens para, então, discutir as imagens, enquanto artefatos culturais, em suas potencialidades sígnicas. Isto feito, buscou-se identificar um objeto representativo do tempo atual, para o qual fosse possível olhar visando a elaboração de um *corpus* de imagens e se desenvolveu um método baseado na filosofia peircenana, incluindo não só as relações de significação que o pensador propõe, mas também sua fenomenologia e as conexões filosóficas com a Estética, a Ética e a Lógica, para lidar com este *corpus* a fim de extrair inferências a respeito do contemporâneo. Todo este desenvolvimento é apresentado em detalhes nas seções a seguir.

2 CONTEMPORANEIDADE E CULTURA

Ao se partir da ideia de que é no âmbito do simbólico que se encontra um caminho para a compreensão do agora, parece pertinente buscar na cultura elementos que permitam trilhar este percurso. Entretanto, para que se trilhe o caminho desejado, há que se esclarecer a noção de cultura que é preciso adotar para que se fuja da atitude paranoica, ou seja, demasiadamente centrada em si mesma, apontada por Maffesoli (2010a). Neste sentido, a discussão de Coelho (2008) se mostra muito útil.

Olhando retrospectivamente para a cultura, o autor destaca o papel que religiões e ideologias outrora tiveram como vetores sociais de união interna de sociedades, em sua qualidade de esquema interpretativo da vida e do mundo e também em sua função moral, política e social. A esses dois vetores o autor junta também a economia, que, segundo observa, “tanto quanto a religião[ões] e a ideologia[s], [...] antes separa do que aproxima — embora aquelas pelo menos aproximem os fiéis de mesma orientação, enquanto esta nem isso faz com os que pertencem supostamente a um mesmo grupo, salvo em situações de grave crise social” (COELHO, 2008, p. 9). Na falta de um cimento para a vida política e civil, portanto, a cultura surge como alternativa derradeira:

[...] espera-se que a cultura mantenha o tecido social, a (rala) trama ideológica restante — ausência que não deixará saudade — e a (débil) costura econômica. E assim, de um momento histórico em que a cultura era sobretudo um campo de conflito (até o final da segunda guerra mundial e, depois, remanescentemente, até o final da guerra fria), e de um outro momento (mais breve no século 20) quando a cultura foi vista como instrumento ocasional e descompromissado de desenvolvimento espiritual aleatório — complementar ou suplementar de outros desenvolvimentos —, passou-se a uma etapa em que a cultura é considerada, de modo geral, apenas em sua positividade social. A cultura tudo pode, e tudo pode de bom no e para ‘o social’: a cultura combateria a violência no interior da sociedade e promoveria o desenvolvimento econômico (a cultura ‘dá trabalho’, como se insiste em lembrar neste momento), portanto a cultura seria a mola predileta da inclusão social e do preparo do bom cidadão para o desenvolvimento do país (COELHO, 2008, p. 10).

A crítica de Coelho está justamente em que não há cultura de onde emana apenas positividade. É preciso aceitar a existência, nessa mesma cultura, de sua rede de paradoxos e de sua negatividade. É preciso ultrapassar a visão simplificada da dimensão exterior da cultura, abraçada pela história, pela crítica e pela política cultural, que têm se atido somente às funções instrumentais imediatas que a cultura pode exercer, do papel que se lhe pode atribuir desde vários pontos de vista muito localizados e passar a vê-la, acioná-la, estimulá-la “a partir

de suas contradições internas e próprias — o que quase significa dizer: [...] vê-la como algo vivo” (COELHO, 2008, p. 12).

Nota-se, portanto, que Coelho (2008) dá enfoque à questão da necessidade de considerar o homem e suas práticas partindo do pressuposto do movimento. Um movimento voltado à constante reinvenção daquilo que, durante um determinado período de tempo, é entendido como norma. A noção de presente de Groys (2010), nesse contexto, se apresenta como bastante apropriada, visto que, conforme ele pontua, a promessa de futuro infinito implicada no projeto da modernidade não é mais plausível quando o futuro se torna sempre recém planejado, tornando improvável qualquer promessa de estabilidade. Do mesmo modo, segue ele, o passado é também permanentemente reescrito, com nomes e eventos que aparecem, desaparecem, reaparecem e tornam a desaparecer. Assim, conclui, o presente passa de um ponto de transição entre passado e futuro para o lugar de uma permanente escrita de ambos, o que impede o investimento seguro e a acumulação do tempo:

A perda da perspectiva histórica infinita gera o fenômeno do tempo improdutivo, desperdiçado. Entretanto alguém pode também interpretar esse tempo desperdiçado de forma mais positiva, como um tempo excessivo — como o tempo que atesta nossas vidas como puramente ser no tempo, para além de seu uso no quadro dos projetos econômico e político modernos (GROYS, 2010, p. 90, tradução nossa).

Para De Masi (2003), a difusão de novas tecnologias que eliminam a fadiga física do homem, potencializam suas capacidades intelectuais, dão socorro a sua saúde física e ampliam seus conhecimentos é também responsável pelo foco das discussões em torno da questão da crise na medida em que permite a transformação do tempo do trabalho em tempo livre a ser dedicado ao crescimento das pessoas e da coletividade. Tal tipo de crescimento é tratado por Manzini (2008) em termos de inovação e processos de aprendizagem social no âmbito de descontinuidades sistêmicas, dando enfoque para a sustentabilidade².

A descontinuidade sistêmica é um tipo de mudança na qual um sistema vigente — no caso, o complexo sistema sociotécnico no qual as sociedades industriais se baseiam — muda ao ponto de se tornar estruturalmente diferente de tudo aquilo que, até então, era conhecido. Para que isso seja possível, melhoramentos e/ou alterações parciais e operações de *redesign* nas tecnologias atualmente em uso não são suficientes. De outro modo, para que tamanha mudança se realize, é necessário que os mais amplos e diferentes segmentos da sociedade gerem ideias de desenvolvimento inimagináveis, o que é impossível de se realizar

sem que se questione o inteiro complexo econômico e sociocultural sobre o qual o sistema existente de produção, uso e consumo está baseado (MANZINI, 2008).

Partindo desta noção, a descontinuidade sistêmica pode ser considerada uma forma de movimento que implica um longo período de transição e para o qual é necessário um intenso e amplo processo de aprendizagem social, além da realização de muitas inovações neste mesmo âmbito. De acordo com Bartholo (2008), as inovações sociais se referem a novas estratégias, conceitos e métodos para o atendimento de necessidades sociais dos mais diversos tipos e Manzini (2008) dá destaque, especificamente, àquelas que são comprometidas com a ampliação e o aprofundamento de nosso senso de comunidade e que, ao mesmo tempo, sejam comprometidas com evitar a crueldade. Para isso, muito mais que qualquer aparato ou habilidade técnicos, é fundamental a capacidade humana de afirmar valores e compromissos, as atitudes, as palavras e os atos humanos no sentido de buscar esta mudança. Mostra-se, assim, mais uma vez, a importância da noção de cultura proposta por Coelho (2008), que propõe ter nela, como valor, o desafio àquilo que se tem como estabelecido. Adotando esse preceito, sua proposta é olhar para cultura a partir de sua força política ou, de outro modo, em sua condição de instrumento do desenvolvimento humano e, conseqüentemente, social. De fato, o uso de uma tal noção de cultura pode permitir expressar um período de descontinuidade sistêmica e de apontar a realização de inovações sociais.

Seguindo a proposta do autor, quando se busca esse olhar de condição de instrumento do desenvolvimento humano e, conseqüentemente, social, na cultura, é possível recorrer a Maffesoli (2010b), que identifica os aspectos da vida social que estão em transformação na atualidade. O autor destaca a redução à unidade como a característica da organização social da modernidade e assume que a República una e indivisível, como um verdadeiro ideal, atingiu resultados culturais, políticos e sociais inegáveis. Porém, lembra que “em longo prazo, a história humana ensina que nada é eterno. E não é a primeira vez que se observa a saturação³ desse ideal unitário” (MAFFESOLI, 2010b, p. 37).

A saturação do ideal unitário moderno, como encerramento de um ciclo, para o Maffesoli (2010b, p. 32), implica um mecanismo de compensação, assim: “Pouco a pouco, a

² A sustentabilidade per se não é tema de interesse ao trabalho, mas a forma como Manzini (2008) descreve o processo social implicado no surgimento de um modo de vida mais sustentável se mostra bastante esclarecedor em relação a forma com que a cultura pode ser entendida como algo vivo.

³ A noção de saturação de Maffesoli (2010b) tem origem na proposta do sociólogo Pitirim Alexandrovich Sorokin, especialista das obras da cultura, que considerava saturação o processo de desestruturação de um dado corpo, a qual é seguida pela reestruturação desse corpo com os mesmos elementos daquilo que foi desconstruído. Um processo, portanto, que mantém em íntima relação aquilo que foi destruído e aquilo que com estes escombros se construiu.

heterogeneidade ganha espaço. Em vez de uma razão soberana, o sentimento de fazer parte se afirma”. Entretanto, segundo De Masi (2003), apesar de haver a consciência de que a sociedade atual não se caracteriza mais pelo modo de produção industrial, assim como, durante muito tempo, autores mais atentos tinham consciência de que a era rural estava chegando ao fim, mas não compreendiam ainda que as indústrias e a produção industrial ascenderiam a um papel central na história do Ocidente, hoje ainda não se compreende que fator ou processo ocupará a posição determinante ocupada pela indústria por duzentos anos:

No plano das reflexões não existe a certeza cientificamente necessária quanto ao elemento que caracterizará o sistema social que vai se esboçando; tampouco sabemos se existirá este fator hegemônico, assim como existiram – em épocas passadas – a caça, o pastoreio, a agricultura, o mercado, a indústria. Aliás, é provável que um dos novos traços distintivos do novo sistema social seja exatamente o fato de ser policêntrico, e de se basear em uma estrutura reticulada de processos e elementos, nenhum dos quais, em si, poderia determinar a dinâmica do todo (DE MASI, 2003, p. 33).

Ainda assim, a percepção do surgimento de novas demandas sociais e de soluções em formação para o seu atendimento torna inevitável a indagação sobre quais seriam as novas generalizações simbólicas, crenças, valores e exemplos que a contemporaneidade tem trazido em vista da saturação do projeto moderno. Para De Masi (2003), não há resposta certa ou única para estas indagações. Ainda assim, como destaca Manzini (2008), existem alternativas em curso, das quais alguma, ou algumas, podem ser tornar modelos válidos a serem seguidos, e exemplifica:

A sociedade contemporânea emite diferentes e contraditórios sinais. Dentre eles, um verdadeiramente promissor é representado por grupos de pessoas que estão inventando espontaneamente novos modos de vida sustentáveis. Algumas ideias desenvolvidas por estas *comunidades criativas* consolidam-se e sobrevivem. Outras são reproduzidas em contextos diferentes. Todas devem ser levadas em consideração como experimentações de futuros possíveis (MANZINI, 2008, p. 17-18, grifos do autor).

Se o que se pode observar hoje são experimentações de futuros possíveis, dada a saturação de um determinado modo de vida – no caso, o da Era Moderna, segundo propõe Maffesoli (2010b) – é necessário, para que se realize tal observação, adotar uma noção de cultura que realmente colabore com o processo, pois, como lembra Coelho (2008, p. 15), a crença em uma “identidade a ser encontrada, preservada, recuperada, elogiada e difundida como tal, como se fosse tal, como se pudesse ser tal” é uma postura equivocada, visto que: “Toda identidade, como toda cultura, está em constante mutação, dissolvendo-se e liquefazendo-se para se recompor e refazer em seguida sob aparência pouco ou muito

diferente. Toda cultura, em outras palavras, foge de si mesma, [...]”. Portanto, para pensar a cultura, segundo o autor, é preciso abdicar de algumas noções já bem estabelecidas sobre o que ela seja, por exemplo, a visão iluminista de cultura como soma dos saberes cumulados e transmitidos, mas também aquela derivada do sentido de agricultura, na qual tudo que deriva da ação humana sobre alguma outra coisa pode ser entendido como cultura. Nesse contexto, uma diferenciação é essencial: uso e consumo cultural. Para Coelho (2008, p. 18):

[...] no uso a coisa de cultura é interiorizada e transformada em substância vitalizadora em virtude de algum metabolismo de seu receptor (o que pressupõe a existência de um resto eventual a jogar fora), enquanto o consumo marca-se por um contato epidérmico entre receptor e coisa cultural, contato mediante o qual a coisa de cultura desliza pela superfície do receptor sem afetá-lo interiormente seja como for e é em seguida eliminada, posta fora, sem que tenha havido qualquer trabalho (alteração de estado) na coisa cultural por parte do receptor e no receptor em virtude de sua exposição à coisa cultural.

Assim, se toda cultura foge de si mesma, é coerente a proposta de Coelho (2008) de buscar seu entendimento a partir de uma noção instrumental, efetivamente motriz, de cultura, buscando nela aquilo que viabiliza condições para que o mundo se transforme. Nesse sentido, o autor traz uma proposta anglo-saxã, registrada por Terry Eagleton no livro *Idea of Culture*, que dá uma outra raiz para cultura: a palavra *coulter*, considerada como cognata de cultura e que significa lâmina do arado. Noção apropriada por representar o que Coelho (2008) entende como o movimento da cultura: movimento de revirar o estabelecido e criar, assim, algo novo. Entre as analogias que ele sugere estão a do adubo:

Para que a cultura seja estrume [...] ela tem de ser o resíduo de algo que foi ingerido, digerido e eliminado sob forma pouco desejável, teria de ser o resultado de algo que não serve mais a sua função ou programa inicial, algo que já morreu e passa a servir para alimentar e fazer viver alguma outra coisa (folhas de árvores caídas no chão e que ali iniciam seu processo de decomposição e fertilização de outras vidas, mesma função de animais mortos, vermes variados (COELHO, 2008, p. 18).

Maffesoli (2012), a partir da metáfora da saturação, também traz uma compreensão ecológica a respeito deste movimento de transformação sociocultural. O autor observa que a matriz social moderna se revela cada vez mais infecunda (carecendo, portanto, de adubo) e destaca que existem sinais irrefutáveis de que uma mudança de fundo está em curso. O processo de saturação – que consiste na desestruturação de um dado corpo, seguida de uma reestruturação com os próprios elementos do que foi desconstruído – neste caso, representa, do mesmo modo que a lâmina do arado, a proposta ecológica da existência de uma

relação íntima entre aquilo que destrói ou desmancha e o que surge desta base em uma nova composição.

O que é preciso buscar, portanto, no seio da sociedade, são práticas sustentadas por uma noção de cultura como elemento ativo, processo, atividade, um húmus para o surgimento de outras coisas, distintas de si mesma. Para Coelho (2008), na história recente, o arado cultural começa a se mover a partir dos anos de 1960, quando passam a despontar a falência das grandes narrativas, a complexidade, a deriva ou flutuação dos processos culturais, a globalização da comunicação e das experiências e a ascendência do risco em todas as latitudes e longitudes. Surge, nessa conjuntura nascente, segundo o autor:

[...] a ascendência da sociedade civil (outro modo de dizer que as pessoas se organizam das mais diferentes formas não mais e não apenas para se fazerem ouvir mas para intervir, agir, pôr as mãos — e se organizam por etnias, por preferência sexuais, por metas civis, por projetos sociais, por uma miríade de monomanias como poderia dizer algum utopista em desuso). Dito de outro modo, o que se distingue agora claramente é o poder cada vez mais intensificado de todos e cada um dos atores sociais individualizados, com a conseqüente retração das estruturas sociais clássica (COELHO, 2008, p. 44).

A visão de Maffesoli (2010b) corrobora a afirmação de Coelho, pois, para o primeiro, o trabalho como pivô da vida social que se formou a partir do século XIX deixa lugar a outra maneira de se relacionar com os outros e com o mundo: “Fazer da vida uma obra de arte, não mais perder a vida ao tentar ganhá-la, colocar a tônica na qualidade da existência” (MAFFESOLI, 2010b, p. 50). Relembrando o Quattrocento, Viena do final do século XIX, o século XVII francês e a Renascença, o autor destaca que não é a primeira vez na história que a criação é o motor principal da cultura e sugere admitir que é um ideal de criatividade desse tipo que move em profundidade o imaginário social. Infere-se disso que o que se pode ver hoje são pessoas que, diante das situações em que são colocadas, se empenham na criação de soluções que garantam sua sobrevivência como singulares dentro do conjunto mais amplo da existência social.

Nas palavras de Coelho (2008, p. 22), “a cultura aberta ao poder ser no sentido de experimentar ser uma coisa ou outra e experimentar ser uma coisa e outra, livre de toda restrição ou imposição”. Ao se pensar a cultura em seu sentido de ação, ação cultural, é preciso assumir essa ação como movimento de criação das condições para que as pessoas inventem seus próprios fins, sugere o autor. Considerando este direcionamento, Maffesoli (2010b, p. 27) destaca que o que substitui o simples social de dominante racional, que se expressa por meio do político e do econômico, é uma maneira de estar junto “em que o

imaginário, o onírico, o lúdico, justamente, ocupam um lugar primordial”. Estes elementos podem, então, ser entendidos como lâminas de arado, servindo de indicação para os rumos de uma busca de entendimento sobre generalizações simbólicas, crenças, valores e exemplos que a contemporaneidade tem trazido.

Neste contexto, para Manzini (2008), o conjunto da sociedade contemporânea, em sua complexidade e contraditoriedade, se apresenta como um grande laboratório de ideias para a vida cotidiana, ou seja, um imenso ambiente de ação cultural e consequente inovação social, onde as formas de ser e de agir de indivíduos e comunidades se modificam para que estes possam solucionar seus problemas e/ou gerar oportunidades a partir de respostas inéditas. Tais inovações sociais, para ganharem vida, dependem da existência de pessoas criativas e colaborativas e nascem a partir de problemas colocados pela vida cotidiana contemporânea. Assim, é em comunidades criativas, ou seja, comunidades capazes de aplicar sua criatividade⁴ para quebrar modelos dominantes de pensar e de fazer, que costumam surgir inovações sociais e é também junto a elas, portanto, que se pode olhar mais de perto para a cultura.

Para Coelho (2008), por sua vez, se há um território em que a reflexão sobre o contemporâneo pode fazer valer seus princípios, ele é o da centralidade da cultura diante da economia – a economia é uma questão de cultura, não o inverso. Consequentemente, não se pode transpor para a cultura aspectos da ação sobre a economia. Assim, o que se sugere, na verdade, é que se busque “[...] uma nova sinergia entre cultura e sociedade, uma nova sinergia entre uma cultura que se renova mais fácil e rapidamente do que muitas outras estruturas da sociedade e que exatamente por isso pode servir de locomotiva para um real e efetivo outro mundo” (COELHO, 2008, p. 48).

As observações de Manzini (2008) sobre a questão do bem-estar dão força ao argumento de Coelho (2008). O autor observa que, no âmbito das discontinuidades sistêmicas em curso, uma das questões fundamentais a serem discutidas é relativa à qualidade do bem-estar desejado e percebido pelas pessoas, visto que as ideias de bem-estar que a sociedade formula e socializa, para ele, constituem um formidável guia de ação: “São ideias que operam como atrativos sociais capazes de estimular e direcionar ações tanto do lado da demanda quanto da oferta de produtos e serviços” (MANZINI, 2008, p. 27).

⁴ Entenda-se por criatividade, para as finalidades deste trabalho, a capacidade de reorganizar elementos já existentes em novas e significativas combinações (MANZINI, 2008). Assim, comunidades criativas são lâmina de arado, fator de saturação; elementos de interesse para a compreensão da cultura.

Entretanto, como pondera Coelho (2008), é preciso lembrar que um certo efeito cultural pode ser obtido a partir da função de diferentes componentes culturais. Vários caminhos são possíveis para o atingimento de um mesmo resultado final. O perigo que reside em não se considerar essa flexibilidade é supervalorizar alguma coisa que, num dado momento, tem uma determinada função cultural, como se ela fosse indispensável, quando, na verdade, o que se deve privilegiar é o elo entre o indivíduo e o grupo e essa coisa, a natureza desse elo, sua etiologia, o motivo pelo qual ele existe e funciona. A tal coisa em questão, portanto, é o que há de menos importante, explica o autor, visto que pode ser substituída por outra coisa, talvez até inteiramente diferente da anterior, mas que cumpriria a mesma função. Importa, portanto, a negociação de sentidos que se constrói no grupo.

Diante dessa realidade, para Coelho (2008), não cabe mais o ponto de vista científico em que o mais importante era identificar, individualizar e classificar os objetos. Segundo ele, o que é preciso, realmente, é captar e entender as relações estabelecidas entre esses objetos e o que elas produzem no processo de combinação e atrito entre significados e, nesse sentido, é preciso lembrar sempre que os elementos da cultura têm, mais do que um valor sempre fixo, um valor posicional e oposicional, um valor cambiante que depende da posição que o elemento ocupa numa dada série e da oposição que ele ali arma:

Um processo cultural em flutuação — algo bem distinto de um processo à deriva —, num território que nunca foi considerado indispensável ou privilegiado para o exercício da cultura (no que isso tem de bom e de mau), e que é animado por identidades que não sentem nenhuma necessidade de perguntarem-se o tempo todo por suas origens uma vez que são polifônicas [...]. [,] é assim que se mostra agora a orientação de valor de uma parcela considerável da cultura contemporânea global (COELHO, 2008, p. 66).

Assim, para o autor, os conceitos de identidade e identidade cultural cedem espaço para a ideia de identificação, ou processo de constante mudança de alguns ou da maioria dos traços descritores de um indivíduo ou grupo, que não desaparecem por completo como tais, mas se fundem com outros, novos e acaso inesperados, num vasto processo aberto.

Maffesoli (2016) também reconhece a volatilidade inerente a uma noção de cultura como movente, conforme concebida por Coelho (2008) e, como estudioso da sociedade, em seu desejo de compreendê-la, afirma que, em detrimento do uso dos métodos do saber estabelecido, cujo interesse está em estabelecer uma causa explicativa dos fenômenos, é preciso se utilizar de uma atitude compreensiva, em outras palavras, fenomenológica, que considere com seriedade o imaginário social, atendo-se simplesmente à forma com a qual as coisas são e/ou acontecem, o que o pensador não considera tarefa fácil,

visto que para cumpri-la é necessário mobilizar sentidos e intelecto, desenvolvendo certo tato para lidar com os fenômenos em vez de querer dominá-los:

Este mundo que abunda [...] ignora os anátemas e múltiplos catastrofismos próprios à doxa intelectual e aos diversos conformismos bem-pensantes. Pois, de saber incorporado, ele *sabe* que a permanência societal é um contínuo ajustamento ao que é, e que convém ignorar o dever ser. É isso mesmo que está em jogo no amoralismo da fenomenologia: descrever não é prescrever (MAFFESOLI, 2016, p. 141, grifos do autor).

Neste sentido, Maffesoli (2016) observa que o pensamento fenomenológico é aquele que, além ou aquém das representações ou visões de mundo, apega-se à apresentação do que é, implicando, portanto, uma metodologia visual, numa hermenêutica que faz saber pelo ver, pois se apega ao que é literal, ou seja, o que, simplesmente, aparece e, com base em tais aparências, é capaz de dizer o que é efetivo, fazendo sobressair a significação interior dos fenômenos. Ao se concordar com o autor, como se faz aqui, fica evidente a necessidade de buscar um entendimento sobre imagens enquanto objetos de estudo, discutindo formas de utilizá-las de modo a garantir que seu aspecto fenomenológico se sobressaia. Assim, o que se apresenta a seguir é um apanhado de entendimentos sobre a imagem que surgem das mais diferentes fontes. São reunidos pensadores que, por suas posições epistemológicas, dificilmente seriam encontrados numa mesma mesa, mas que podem ser reunidos aqui por conta de seu interesse comum pela busca de uma compreensão a respeito de como as imagens podem proporcionar conhecimento: o ensaísta Alberto Manguel (2001), por lembrar que o entendimento ‘sobre’ uma imagem não é o entendimento ‘de’ uma imagem; a designer Donis Dondis (1997), por seu trabalho voltado a desenvolver um senso visual que permitisse uma melhor compreensão da comunicação por imagens; o designer Enric Jardí, por seu trabalho atual de construtor de imagens e por sua busca em criar compreensão a respeito de como imagens podem ser usadas para expressas ideias; a antropóloga Maria Sylvia Porto Alegre, por seu desejo de desenvolver uma hermenêutica visual; a semiótica estruturalista Martine Joly (2012), por seu trabalho em prol da compreensão de como as imagens comunicam e transmitem mensagens; e a filósofa Susan Buck-Morss, por sua visão fenomenológica (mesmo que ela possa não considerar assim) sobre estética. Além destes, e de forma muito especial, o semiótico pragmático Charles Sanders Peirce, junto ao qual foi possível encontrar um caminho compatível com as necessidades percebidas no âmbito da análise de imagens.

3 IMAGENS, SIGNOS, SEMIÓTICA

A partir das discussões já realizadas é possível perceber que enveredar-se pelo caminho da imagem é uma oportunidade de aprofundamento da compreensão a respeito do homem e sua cultura, pois, ao desvendar o universo simbólico expresso em seus sistemas de atitudes, é possível desvendar, ao mesmo tempo, grupos sociais, identidades e mentalidades. Fatores essenciais para qualquer um que queira se inteirar de seu próprio tempo. Em seu trabalho voltado ao entendimento da comunicação não-verbal, a designer Donis A. Dondis (1997) lembra que o processo de aprendizagem se dá pelo contato dos órgãos dos sentidos com o meio ambiente e que, neste processo, para aqueles que podem ver, a capacidade de reconhecer e compreender as forças ambientais e emocionais em termos visuais rapidamente supera a dos demais sentidos. A partir daí a organização das necessidades, prazeres, referências e temores se dá com base naquilo que se vê, ou naquilo que se quer ver, por meio de um processo que se inicia sem requerer muita energia, visto que os mecanismos fisiológicos são automáticos no sistema nervoso do homem.

O entendimento da filósofa Susan Buck-Morss (1996, p. 13) sobre estética ajuda a compreender essa relação tão complexa estabelecida com as imagens. Sua compreensão parte do sentido etimológico da palavra: “Aistitikos é a palavra grega antiga para aquilo que é ‘perceptivo através do tato’ (perceptive by feeling). Aistisis é a experiência sensorial da percepção. O campo original da estética não é a arte [,] mas a realidade — a natureza corpórea, material”. Desse modo, a experiência sensorial é admitida como uma forma de cognição de grande imediatismo e importância vital:

Este aparato físico-cognitivo, com os seus sensores não fungíveis e qualitativamente autônomos, é o ‘terreno frontal’ (*‘out front’*) da mente, encontrando o mundo pré-linguisticamente, portanto anteriormente não apenas à lógica como também à significação (*meaning*). É óbvio que todos os sentidos podem ser aculturados — é esta a razão para o interesse filosófico pela ‘estética’ na era moderna. Mas não importando o quão estritamente os sentidos sejam treinados (enquanto sensibilidade moral, refinamento do ‘gosto’ (*taste*), sensibilidade a normas culturais de beleza), tudo isto se dá *a posteriori*. Os sentidos mantêm um traço não civilizado e não civilizável, um núcleo de resistência à domesticação cultural. Isto é devido ao seu propósito imediato ser o de servir às necessidades instintivas — de calor, alimentação, segurança, sociabilidade; em suma, estas permanecem parte do aparato biológico, indispensável à auto preservação tanto do indivíduo como do grupo social (BUCK-MORSS, 1996, p. 14).

Jardí (2014), designer gráfico, destaca a relação entre a naturalidade com que as pessoas lidam com as imagens e a dificuldade que existe, por outro lado, em explicar as

relações que se constroem com estas imagens. Ele observa que qualquer imagem que possua uma certa complexidade dá margem para diferentes níveis de interpretação, os quais não são necessariamente excludentes. A visão do ensaísta, tradutor, editor e romancista argentino Alberto Manguel (2001, p. 30) sobre a relação das pessoas com a arte, campo clássico de produção de imagens ‘culturalmente domesticadas’, demonstra bem o problema em questão: “Para o bem ou para o mal, toda obra de arte é acompanhada de uma apreciação crítica, a qual, por sua vez, dá origem a outras apreciações críticas”. A questão é que, como bem observa o autor, nenhuma leitura crítica é capaz de copiar, substituir ou assimilar as imagens: “Se o mundo revelado em uma obra de arte permanece sempre fora do âmbito dessa obra, a obra de arte permanece sempre fora do âmbito da sua apreciação crítica” (MANGUEL, 2001, p. 29).

Considerando que a imagem da arte encerra uma narrativa, o autor sugere que, para extraí-la da imagem, o vocabulário aplicado é determinado por um amplo espectro de circunstâncias, sociais ou privadas, fortuitas ou obrigatórias:

Construímos nossa narrativa por meio de ecos de outras narrativas, por meio da ilusão do auto-reflexo, por meio do conhecimento técnico e histórico, por meio da fofoca, dos devaneios, dos preconceitos, da iluminação, dos escrúpulos, da ingenuidade, da compaixão, do engenho. Nenhuma narrativa suscitada por uma imagem é definitiva ou exclusiva, e as medidas para aferir a sua justeza variam segundo as mesmas circunstâncias que dão origem a própria narrativa (MANGUEL, 2001, p. 28).

Por consequência, a imagem de uma obra de arte, segundo Manguel (2001), existe entre percepções: as percepções do pintor ao imaginar a obra, de um lado, e sobre aquilo que colocou na tela, de outro; as percepções do espectador de agora por um lado, e as do espectador contemporâneo da obra, de outro; entre as percepções provenientes das convenções sociais por um lado, e as provenientes da individualidade, de outro. Assim: “Quando tentamos ler uma pintura, ela pode nos parecer perdida em um abismo de incompreensão ou, se preferirmos, em um vasto abismo que é uma terra de ninguém, feito de interpretações múltiplas” (MANGUEL, 2001, p. 29).

A partir dessas considerações, vindas de autores das mais diferentes tradições filosóficas e epistemológicas, parece que ter qualquer tipo de imagem como objeto de estudo traz ao pesquisador o mesmo tipo de problema, visto que: “O olhar capta o que pode significar, diferentemente da visão, que é uma competência física do corpo humano. Sua visão é genérica, o olhar é intencional, e as formas de olhar são resultado de uma construção que é cultural e social”, e isso pode ser considerado válido para qualquer tipo de imagem que se

possa ver (BARBOSA; CUNHA, 2006, p. 54). Nesse sentido, a obra de Santaella e Nöth (2005) se apresenta como fonte de entendimento sobre a produção de significados a partir da imagem. Segundo os autores, o mundo das imagens se divide em dois domínios, um material e o outro, imaterial, ambos conectados. As representações visuais (desenhos, pinturas, gravuras, fotografias e as imagens cinematográficas, televisivas, holo e infográficas) constituem o domínio das imagens materiais, podendo ser entendidas, portanto, como signos que representam o nosso meio ambiente visual. Já as imagens imateriais (visões, fantasias, imaginações, esquemas, modelos) são representações mentais. Uma importante relação se estabelece entre esses dois domínios:

Ambos os domínios da imagem não existem separados, pois estão inextricavelmente ligados já na sua gênese. Não há imagens como representações visuais que não tenham surgido de imagens na mente daqueles que as produziram, do mesmo modo que não há imagens mentais que não tenham alguma origem no mundo concreto dos objetos visuais (SANTAELLA; NÖTH, 2005, p. 15).

Os autores lembram que desde Santo Agostinho similaridade e imitação são tidas como características clássicas da imagem. Joly (2012) ratifica essa visão ao declarar a analogia como ponto comum entre os polos material e imaterial da imagem, visto que, segundo ela, independentemente de sua natureza, uma imagem é sempre definida pelo critério da semelhança com aquilo a que se refere, seja à visão natural das coisas ou a um paralelismo qualitativo (metáfora verbal, imagem de si, imagem de marca). Assim, ao evocar outra coisa utilizando o processo da semelhança, a autora considera que a imagem pode ser imediatamente percebida como como signo.

Para Peirce (2005), um signo (que o pensador também denomina *representamen*) é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém, criando, na mente desta pessoa, um signo equivalente, ou, talvez, um signo mais desenvolvido (ao qual denomina interpretante do primeiro signo). “O signo representa alguma coisa, seu objeto. Representa esse objeto não em todos os seus aspectos, mas com referência a um tipo de ideia [...]”. A tabela a seguir sintetiza a tríade do signo de Peirce:

Tabela 1 – Constituintes do signo de Peirce

Terminologia	Significado	Descrição
<i>Representamen</i>	Signo	Tudo aquilo que, sob um certo aspecto ou medida, está para alguém no lugar de algo.
Objeto	Coisa significada	O que é substituído por um signo, porém, não em todos os seus aspectos, mas apenas com referência a uma espécie de ideia.
Interpretante	Cognição produzida na mente	Criação, na mente de uma pessoa, de um signo equivalente ou talvez um signo mais desenvolvido.

FONTE: Adaptado de Nöth, 2008 (p. 65).

Peirce (OS PENSADORES, 1980) considera que um signo não é, necessariamente, uma representação mental, mas que pode ser uma ação, experiência, ou simples qualidade de impressão e, como o pensamento implica a interpretação ou representação de alguma coisa por outra coisa, todo ato de cognição é determinado por uma cognição prévia e nenhum pensamento ou conceito, desse modo, é capaz de interpretar a si mesmo, necessitando da representação para tanto, a qual se realiza através do signo. No pensamento peirceano, o processo da representação sígnica, a semiótica, é identificado, portanto, como a ciência das leis necessárias do pensamento, que se baseia nas três categorias de fenômenos.

Nöth (2008) destaca que, desde Aristóteles, os filósofos buscavam encontrar um número limitado de categorias que pudesse servir de modelo capaz de conter a multiplicidade dos fenômenos do mundo e, segundo o autor, com sua tríade fenomenológica – uma redução radical das listas categóricas do passado – Peirce triunfa nesta busca: “Peirce desenvolveu uma fenomenologia de apenas três categorias universais que chamou de [...] primeiridade, secundidade e terceiridade”. De acordo com o autor, “a base do signo é, portanto, uma relação triádica entre três elementos, dos quais um deve ser o fenômeno da primeiridade, outro de secundidade e o último de terceiridade” (NÖTH, 2008, p. 63-64). A tabela a seguir esclarece essas categorias fenomenológicas:

Tabela 2 – Categorias fenomenológicas universais de Peirce

CATEGORIA	DEFINIÇÃO DE PEIRCE	DESCRIÇÃO
Primeiridade	É o modo de ser daquilo que é tal como é, positivamente e sem interferência a outra coisa qualquer. É a categoria do sentimento sem reflexão, da mera possibilidade, da liberdade, do imediato, da qualidade ainda não distinguida e da independência. Ex.: prazeres, cores, odores, sons (sentimentos ou qualidades puros)	Categoria do sentimento imediato e presente das coisas, sem nenhuma relação com outros fenômenos do mundo.
Secundidade	Começa quando um fenômeno primeiro é relacionado a um segundo fenômeno qualquer. Ela nos aparece em fatos tais como o outro, a relação, compulsão, efeito, dependência, independência, negação, ocorrência, realidade, resultado. Ex.: choque elétrico, resistência de uma parede (ocorrências reais).	Categoria da comparação, da ação, do fato, da realidade e da experiência no tempo e no espaço.
Terceiridade	É a categoria da mediação, do hábito, da memória, da continuidade, da síntese, da comunicação, da representação, da semiose e dos signos. Ex.: o signo – <i>algo</i> que equivale a <i>alguma coisa para alguém</i> .	Categoria que relaciona um fenômeno segundo a um terceiro.

FONTE: Adaptado de Nöth, 2008 (p. 63-64).

Ibri (1992, p. 4) lembra que Peirce entende os fenômenos como “[...] o total coletivo de tudo aquilo que está de qualquer modo presente na mente, sem qualquer consideração se isto corresponde a qualquer coisa real ou não.” Deste modo, destaca o autor, o imediatamente experienciável é a pedra basilar do pensamento de Peirce, visto que as experiências fenomênicas são também as experiências cotidianas de cada ser humano e podem, por conta disso, ser confirmada pelas observações pessoais destes mesmo seres humanos, não havendo, portanto, necessidade de uma base dogmática ou postulação de verdades.

Nota-se, portanto, que é na fenomenologia que se encontram as bases para a Semiótica. Isso significa que algo que se apresenta à mente está ligado àquilo que o signo representa, ligado, por sua vez, ao efeito que o signo provocará em um possível intérprete. Em suma, o sentimento (primeiridade) é um quase-signo porque funciona como um primeiro das coisas que se representam ao ser humano. A ação ou experiência (secundidade) também pode funcionar como um signo, pois se apresenta como resposta do homem ao mundo. Na terceiridade, a última categoria universal dos fenômenos, é que se encontra a noção de signo (SANTAELLA, 2005b).

Um exemplo prático apresentado por Schuler e De Toni (2014) permite compreender as relações fenomenológicas e sógnicas de uma forma simples. Os autores analisam as possibilidades de reação de uma pessoa à aparição de um sapo em seu caminho: a) se, para a pessoa, o sapo corresponder à imagem (mental) – leia-se signo – de um animal

nojento, que pula nas pessoas e pode ser perigoso, ela provavelmente sentirá medo, repulsa, irá gritar, sair correndo, chamar alguém para matar o sapo ou talvez até irá matá-lo ela mesma; b) se, para a pessoa, o sapo corresponder à imagem (mental) de um animal pequeno e inofensivo, que nem dentes tem, e vive de comer insetos, ela provavelmente irá sorrir, passar com cuidado para não pisar no sapo, talvez até sentindo-se grata por sua presença por ela implicar em menos insetos por perto; c) caso a pessoa não tenha nenhuma informação sobre sapos, seja de experiências próprias ou de informações de terceiros, poderá querer observá-lo para ver como ele se comporta ou mesmo pegá-lo, examiná-lo. Desse modo, “[...] o que o sapo **realmente** é não importa muito para conduzir o comportamento de uma pessoa diante dele. O que importa é **o que ela pensa e sente** sobre sapos. Isso é o que vai condicionar a **forma e o vigor da ação**, quando em sua presença” SCHULER; DE TONI, 2014, p. 1, grifos dos autores).

Tem-se, portanto, que primeiridade (sensações), secundidade (relações) e terceiridade (conhecimentos) se entrelaçam na existência humana, dando os subsídios para a ação. No caso do exemplo, a presença do sapo (*representamen* ou signo), que pode gerar na pessoa o desejo de fugir, preservar ou conhecer (interpretantes potenciais), depende do nível e dos tipos de conhecimento que a pessoa tem sobre sapos e de que tipos de sentimentos (medo, simpatia, curiosidade – relações com o objeto) estes níveis e tipos de conhecimento são capazes de despertar.

Neste contexto, para Peirce (2005), relações triádicas podem ser identificadas entre os componentes do signo com base nas três categorias dos fenômenos (primeiridade, secundidade e terceiridade). A primeira das relações triádicas, ou tricotomias, estabelecidas por Peirce relaciona o signo a si mesmo (*representamen*), a segunda, ao seu objeto e a terceira e última, a seu interpretante. Importante destacar, neste âmbito, que a tipologia dos signos estabelecida por Peirce não obriga que cada signo pertença a apenas uma classe. O que Peirce estabeleceu são aspectos de signos, portanto, um mesmo signo pode ser classificado de diversas formas (NÖTH, 2008). O quadro a seguir explica a classificação peirceana dos signos e suas tricotomias:

Tabela 3 – As análises triádicas de Peirce

TRICOTOMIAS CATEGORIAS	I REPRESENTAMEN em si	II Relação ao OBJETO	III Relação ao INTERPRETANTE
Primeiridade	Quali-signo	Ícone	Rema
Secundidade	Sin-signo	Índice	Dicente
Terceiridade	Legi-signo	Símbolo	Argumento

FONTE: Adaptado de Nöth, 2008, p. 90.

Nöth (2008) explica que, numa relação triádica genuína, o *representamen* pode ser considerado como o correlato do signo que determina, sob certo aspecto, o interpretante. Na primeira categoria, a da primeiridade, tem-se o quali-signo, que é apenas uma qualidade e que, enquanto não for corporificado, não poderá atuar como signo, já se o *representamen* determinar um interpretante que estiver em alguma relação existencial para com o objeto, portanto se participar da secundidade, será um sin-signo. Por fim, se o *representamen*, por alguma razão, estiver em alguma relação de pensamento com o objeto (terceiridade), será um legi-signo.

Já refletindo especificamente sobre a relação entre o objeto do signo e as categorias fenomênicas, Peirce considerou que:

[...] há três tipos de signos indispensáveis ao raciocínio; o primeiro é o signo diagramático, ou *ícone*, que ostenta uma semelhança ou analogia com o sujeito do discurso; o segundo é o *índice* que, tal como um pronome demonstrativo ou relativo, atrai a atenção para o objeto particular que estamos visando sem descrevê-lo; o terceiro (ou símbolo) é o nome geral ou descrição que significa seu objeto por meio de uma associação de ideias ou conexão habitual entre o nome e o caráter significado (PEIRCE, 2005, p.10).

Ao esclarecer cada um dos tipos de signo em relação a seu objeto, ou seja, a segunda tricotomia, Santaella (2005b) observa que um signo é icônico quando aparece como simples qualidade na sua relação com o objeto ao qual se relaciona. Nöth (2008), neste contexto, diz que o ícone está na primeiridade porque é um signo cuja potencialidade significante vem unicamente de sua qualidade.

Já os índices, da segunda categoria, afirma Nöth (2008), são signos que estabelecem relações diádicas entre *representamen* e objeto. Santaella (2005b) aponta, por sua vez, que o índice tem conexão com o conjunto do qual faz parte, de fato. Portanto, tudo o que

existe pode funcionar como um índice, desde que a relação com o objeto ao qual o índice pertence e o que realmente existe seja feita.

O signo da segunda tricotomia que participa da terceiridade é o símbolo. Aqui, a relação entre *representamen* e objeto depende de convenções sociais, conforme destaca Nöth (2008). De acordo com Santaella (2012a), os signos simbólicos não representam o objeto em vista da sua qualidade, como os ícones, e nem mantêm relação direta com o objeto, como os índices; a relação é estabelecida a partir de uma convenção, lei ou pacto coletivo e representa o seu objeto. Percebe-se, contudo, que o signo simbólico não é singular, pois representa algo em um sentido geral.

Nöth (2008), ao explicar a terceira tricotomia, que considera o signo do ponto de vista da relação entre *representamen* e interpretante, afirma que um signo pode ser rema, dicente ou argumento. Nesta relação, quando o fundamento for uma qualidade, o objeto do signo só poderá ser sugerido, ou seja, gerará uma apenas uma hipótese. Já o dicente, continua o autor, é um signo de existência real, que veicula informação. Por fim, a terceira categoria do signo, dentro da terceira tricotomia, é o argumento, que passa a existir a partir do momento em que deixa de ser proposição e passa a ser discurso racional. O argumento é o signo de uma lei (NÖTH, 2008).

Contudo, para Nöth (2008), as categorias da terceira tricotomia têm pouca relevância para a pragmática, que estuda o efeito do signo sobre os intérpretes em situações de comunicação. O autor afirma, então, que a segunda tricotomia, composta por ícone, índice e símbolo, que trata das relações entre o signo e objeto, é a mais importante das tricotomias estabelecidas por Peirce. Segundo o pensador, a tricotomia do signo em relação ao seu objeto (ícone, índice e símbolo) é a mais importante de todas as divisões porque:

Embora nenhum *Representamen* realmente funcione como tal até realmente determinar um Interpretante, torna-se um *Representamen* tão logo seja capaz de assim proceder; e a sua Qualidade Representativa não depende necessariamente de ele alguma vez realmente determinar um Interpretante, nem de ele alguma vez ter realmente um Objeto (PEIRCE, 2005, p. 64).

Portanto, é nesta categoria que são estudadas as relações entre o intérprete e seu ambiente semiótico. As características dessas relações são sintetizadas na *representamen* a seguir:

Tabela 4 – Características dos signos em relação a seu objeto conforme Peirce

SIGNO	CARACTERÍSTICAS	EXEMPLOS
Ícone	Signo que possuiria seu caráter significante mesmo que seu objeto não existisse.	O desenho de um animal já que, em sua constituição, se parece com o animal em si. Risco feito a lápis representando uma linha geométrica.
Índice	Signo que perderia seu caráter significante se seu objeto fosse removido, mas não o perderia caso não houvesse interpretante. Tipo de signo que não se assemelha ao objeto significado, mas indica-o, é um sintoma dele, porque é contíguo a ele.	Pegadas de pé na neve indicam que algum ser humano caminhou por ali. Molde com um buraco de bala como signo de um tiro: sem o tiro não haveria buraco, mas o buraco existe independentemente de se saber que foi produzido por um tiro.
Símbolo	Signo que perderia seu caráter significante se não houvesse um interpretante.	As palavras que usamos para representar as coisas. Qualquer elocução de discurso que significa aquilo que significa apenas por força de compreender-se que possui essa significação.

FONTE: Adaptado de Peirce, 2005, p. 74.

De acordo com Santaella (2012a), a tríade ícone, índice e símbolo refere-se, antes de tudo, à distinção entre as três espécies de identidades semióticas que um signo pode ter por conta de três espécies de relações em que o signo pode estar para com o objeto, como signo de tal objeto. Os signos, portanto, não são apenas uma coisa, mas são um complexo de relações que podem gerar cada vez mais signos.

Um exemplo bastante ilustrativo desse potencial dos signos é encontrado em Jardí (2014). Em sua atuação como designer gráfico, ele desenvolveu muitos trabalhos para a mídia e ainda outras finalidades. Dois deles se utilizam do Toro de Osborne, um símbolo espanhol. Segundo Jardí (2014), o touro é a marca comercial do *brandy* Veterano, da empresa espanhola Osborne. Seu criador, Manolo Prieto, elaborou a imagem do touro em 1956 para ser utilizada como *outdoor* nas estradas espanholas, tipo de publicidade que passou a ser proibida no país na década de 1980. Entretanto, por conta de seu valor estético, um exemplar de concreto do touro foi preservado. Embora tenha surgido como marca comercial e tenha sido transformado em anúncio de um produto, com o tempo a imagem do touro passou a ser usada como símbolo da Espanha em *souvenirs*, bandeiras e adesivos de carro. “Inevitavelmente, acabou por adquirir as conotações políticas espanholas ou pró-aurinas que alguns desejam lhe atribuir” (JARDÍ, 2014, p. 9).

A figura a seguir mostra a garrafa do *brandy* Veterano com a aplicação do touro no rótulo e a silhueta de concreto que ainda hoje se encontra na Espanha:

Figura 1 – *Brandy Veterano* (Osborne) e o touro de concreto desenvolvido por Manolo Prieto em 1956 para campanha da marca



FONTE: <http://www.osborne.es/productos/veterano/>; <http://www.osborne.es/toro-de-osborne/>

Solicitado a desenvolver uma ilustração que representasse a importância crescente das empresas espanholas no mundo, Jardí (2014) utilizou-se do Toro de Osborne na composição de seu trabalho, conforme se mostra na figura a seguir:

Figura 2 – Ilustração sobre a importância das empresas espanholas no mundo



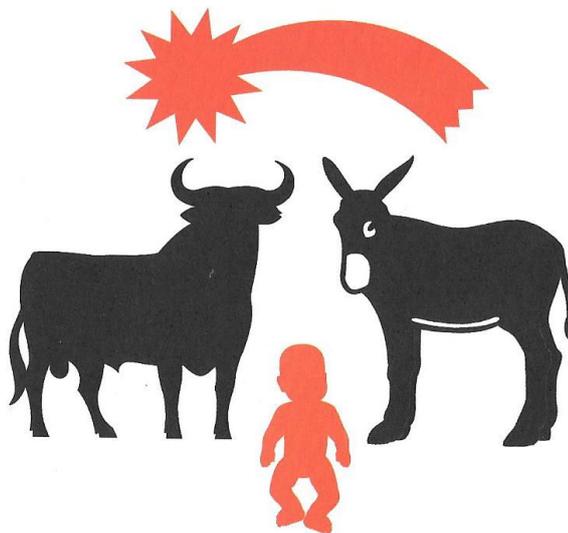
FONTE: Jardí, 2014, p. 9.

A imagem é composta por três elementos: uma fotografia em preto e branco da Terra vista do espaço, uma ilustração da marca comercial do *brandy* Veterano (Toro de Osborne) e um fundo azul. A forma com que o touro aparece, como que surgindo por detrás do globo terrestre, foi a estratégia utilizada por Jardí (2014) para expressar a ideia de que a importância das empresas espanholas estava em crescimento:

[...] no caso do touro que representa as empresas espanholas, seu tamanho, sua postura e sua localização em relação ao planeta indicam que uma expansão está em andamento e que terá ainda mais importância no futuro. Também ajuda o fato de que a marca tenha a cabeça erguida, algo que se encaixa bem ao efeito que buscávamos. [...] Se tivéssemos colocado o touro sobre o globo terrestre, ou se tivéssemos decidido usá-lo em tamanho maior, o efeito não teria sido o mesmo. O resultado teria sido muito mais grosseiro e sugeriria uma situação de domínio ou uma atitude prepotente, que não corresponderia ao que foi solicitado (JARDÍ, 2014, p. 9).

O touro é utilizado em mais um trabalho de Jardí (2014). Desta vez, um cartão de Natal em forma de animação, cujos elementos gráficos são mostrados na figura a seguir:

Figura 3 – Cartão de natal com uso do Toro de Osborne



FONTE: Jardí, 2014, p. 44.

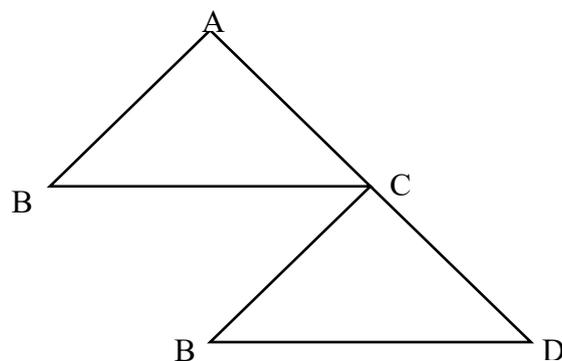
A partir da explicação que dá sobre as possibilidades semióticas desse trabalho, Jardí (2014) mostra como a mudança de contexto modifica as ideias que formamos a respeito daquilo com o que nos relacionamos, ou seja, como novos contextos criam novos interpretantes para os signos. Para compreender esse movimento, é importante destacar a estratégia de construção que o designer utilizou para a animação do cartão:

Esse cartão de natal consistia de uma pequena animação na qual primeiro aparecia a imagem do touro, depois o burro, e, finalmente, o Menino Jesus e a estrela de Belém. Como já vimos [...], o touro funciona como uma imagem do nacionalismo espanhol. Da mesma forma, o burro representa a ideologia política da corte da região da Catalunha, supostamente oposta a ele. A inclusão da estrela e do menino no conjunto faz [com] que os primeiros signos percam seu significado político, convertendo-se em uma cena natalina. Uma quebra repentina que propõe uma ‘redução das tensões’ muito adequada para os votos de um Feliz Natal (JARDÍ, 2014, p. 45).

Entendendo o touro como um signo, a tríade peirceana se forma do seguinte modo: a figura de um touro é o *representamen*, ou seja, um signo (A); e o objeto do signo é a bebida que a figura promove (B). Como interpretante (C), tem-se o que se espera do *representamen* (A): que ele traga o produto (*Brandy Veterano*) e os valores associados a ela à mente dos consumidores. Entretanto, no cartão de natal, Jardí desejava que o Toro de Osborne (C) fosse associado com a ideia de Espanha, ou seja, que o *representamen* (A) despertasse no destinatário do cartão uma nova associação, um novo interpretante (D) (JARDÍ, 2014).

A figura a seguir mostra o diagrama sígnico gerado a partir dessas relações:

Figura 4 – Diagrama sígnico 01: do Toro de Osborne à ideia de Espanha

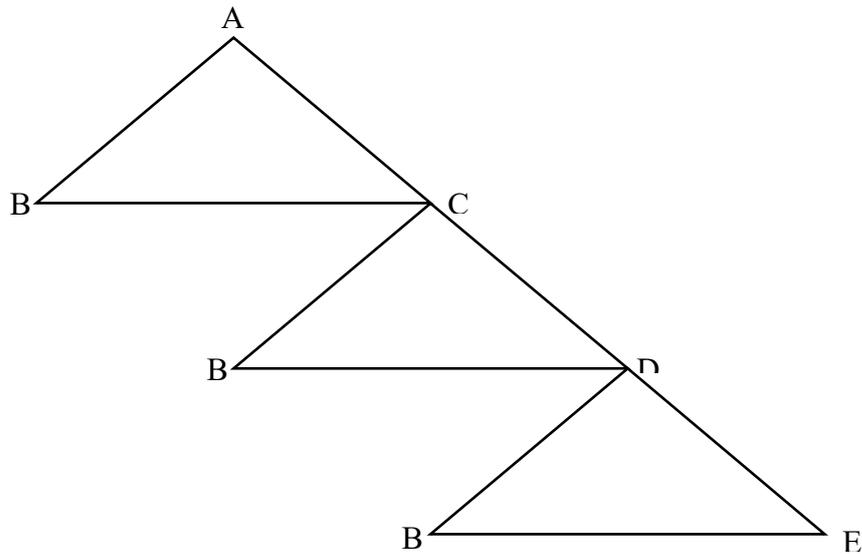


FONTE: da autora, 2016.

Mas, no cartão, a proposta era que o touro não representasse somente uma ideia geral sobre a Espanha, mas, de um certo nacionalismo espanhol (E), visto que ali o touro está relacionado à figura do burro, que representa a ideologia política catalã (JARDÍ, 2014).

Tem-se, assim, uma nova tríade, conforme mostra a figura a seguir:

Figura 5 – Diagrama sígnico 02: do Toro de Osborne ao nacionalismo espanhol

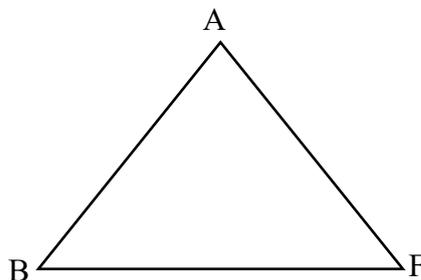


FONTE: da autora, 2016.

Até este momento, o *representamem* se desdobrou em interpretantes relacionados à Espanha, mas a animação do cartão de natal continua com a inserção, na imagem, uma representação do Menino Jesus e da estrela de Belém, o que provoca uma mudança de contexto que faz com que a situação conflituosa da presença do touro e do burro na mesma cena se transforme numa inocente cena natalina, na qual o *representamem* (A) fornece um interpretante novo (F): um pacífico boi de presépio (JARDÍ, 2014).

Permite-se, desse modo, a simplificação do diagrama, como se mostra a seguir:

Figura 6 – Diagrama sígnico 03: do Toro de Osborne ao boi de presépio



FONTE: da autora, 2016.

Considerando este contexto no qual os significados emergem de acordo com aquilo que receptores do signo (intérpretes) são capazes de interpretar a partir dos potenciais

significantes que o signo oferece, o quanto é possível se afastar do etnocentrismo inerente ao ser humano, visto que não se consegue enxergar o mundo de outro lugar além do seu próprio? Como afastar a própria percepção e o julgamento pessoal ao lidar com a alteridade?

Uma pista para a solução deste problema surge na descrição de Geertz (2013) sobre a realização de um estudo etnográfico. O autor destaca que, neste tipo de estudo, é ao comportamento que se deve atentar porque é através de seu fluxo, ou, de forma mais precisa, da ação social, que as formas culturais se articulam. O antropólogo lembra, entretanto, que tais formas se articulam também, sem dúvida, “em várias espécies de artefatos e vários estados de consciência”, mas destaca que, nesses casos, “o significado emerge do papel que desempenham (Wittgenstein diria seu ‘uso’) no padrão de vida decorrente, não de quaisquer relações intrínsecas que mantenham umas com as outras” (GEERTZ, 2013, p. 12-13).

Portanto, admitindo que a cultura, como documento de atuação, é pública porque o significado é público, e que o comportamento humano é visto, na maior parte das vezes, como ação simbólica, a proposta é que não se questione o status ontológico desses comportamentos, mas que se indague sua importância, ou seja, “o que está sendo transmitido com a sua ocorrência e através da sua agência, seja ela um ridículo ou um desafio, uma ironia ou uma zanga, um deboche ou um orgulho” (GEERTZ, 2013, p. 8).

Tal proposta parece ser adequada aos interesses do presente projeto por ser o procedimento característico de uma disciplina cujo objetivo, como afirma o autor, é o alargamento do universo do discurso humano:

De fato, esse não é seu único objetivo — a instrução, a diversão, o conselho prático, o avanço moral e a descoberta da ordem natural no comportamento humano são outros, e a antropologia não é a única disciplina a persegui-los. No entanto, esse é um objetivo ao qual o conceito de cultura semiótico se adapta especialmente bem. Como sistemas entrelaçados de signos interpretáveis (o que eu chamaria símbolos, ignorando as utilizações provinciais), a cultura não é um poder, algo ao qual podem ser atribuídos casualmente os acontecimentos sociais, os comportamentos, as instituições ou os processos; ela é um contexto, algo dentro do qual eles podem ser descritos de forma inteligível — isto é, descritos com densidade (GEERTZ, 2013, p. 10).

Acompanhando este raciocínio e o relacionando às questões já discutidas sobre contemporaneidade e cultura, parece apropriado analisar algum tipo de fenômeno que esteja promovendo mudanças na qualidade de algum tipo de contexto de vida. Para Manzini (2008, p. 51), o contexto de vida “denota o ambiente físico e social (o *habitat*) de uma pessoa e as possibilidades, oferecidas a esta mesma pessoa, de fazer suas escolhas”, assim, qualquer coisa que se refira à qualidade deste contexto está relacionada “ao modo pelo qual diferentes

sistemas (natural e artificial, físico e sociocultural, bens de mercado e bens de consumo) se inter-relacionam”. Neste âmbito, como bem lembra o autor, havendo uma descontinuidade sistêmica em curso, a qual demanda um processo de aprendizagem social, a qualidade do bem-estar desejado e percebido pelas pessoas é uma questão fundamental a ser discutida, pois as ideias de bem-estar que a sociedade formula e socializa são excelentes guias para a ação, visto que a possibilidade dessa ação recai na capacidade das pessoas de dar um direcionamento estratégico às próprias atividades, ou seja, na habilidade que têm em definir objetivos que combinem suas próprias necessidades e exigências com os critérios de bem-estar que gradualmente vêm à tona.

3.1 DE ONDE BUSCAR AS IMAGENS?

Lembrando a observação de Maffesoli (2012) de que, na contemporaneidade as pessoas se vinculam a partir de paixões compartilhadas e que, neste contexto, a imagem torna visível uma força invisível, interessa ao trabalho aqui proposto uma paixão compartilhada que possa ser encontrada representada em imagens disponíveis para livre acesso. Mas, também, esta paixão precisa, conforme aponta Manzini (2008), estar relacionada a um movimento em busca de uma nova e/ou melhorada condição de bem-estar, esta última emerge somente da relação dinâmica entre o que uma pessoa poderia ser e fazer e o que ela efetivamente sabe, faz e é. Partindo, então, da percepção pessoal sobre mudanças na forma com que as pessoas têm buscado identificar seus propósitos, atuar socialmente, trabalhar e construir suas carreiras e de dados estatísticos que mostram o crescimento da oferta de espaços de *coworking*⁵, os quais, justamente por privilegiar formas mais colaborativas de trabalho, podem ser considerados como iniciativas de rompimento de padrões consolidados, considerou-se que este fenômeno se apresenta como objeto pertinente para a pesquisa.

⁵ Dados coletados até novembro de 2015 um projeto global (Global Coworking Map) que está reunindo todos os espaços num mesmo mapa apontam a existência de 1.465 espaços de coworking em 102 países, englobando 79.035 posições de trabalho em 798 cidades (GLOBAL, 2017).

No que diz respeito ao cenário nacional, o censo do Coworking Brasil (COWORKING BRASIL, 2017c) aponta que, em 2016, havia 378 espaços ativos no país, dos quais 39% ficam no estado de São Paulo, contabilizando 148 espaços, com 90 deles na capital. Outros dois estados do Sudeste, Minas Gerais e Rio de Janeiro, respectivamente, ocupam a segunda e terceira posição no ranking, com 37 e 35 espaços identificados. A maior concentração de espaços também fica com as capitais, mas as cidades do interior

O termo *coworking* não é novo, mas seu conceito variou muito no tempo. De acordo a Deskmag (2013), periódico especializado em *coworking*, os primeiros livros a destacar o potencial do *coworking* haviam sido publicados em 1628 e tratavam do poder do trabalho conjunto de Deus e seus representantes. Hoje, entretanto, o termo representa o ato de trabalhar de forma independente, mas junto com outras pessoas. Em vista de seu histórico, detalhado no Apêndice A deste documento (p. 172), pode-se afirmar que a ideia de *coworking* surge da vontade de habitar ambientes mais flexíveis e agradáveis, com acesso a recursos gratuitos e/ou compartilhados, nos quais a informalidade e as possibilidades de colaboração, seja na troca de ideias, criação de redes de contatos ou mesmo desenvolvimento de comunidades, contrastam com o isolamento individual e segmentação hierárquica proporcionados pelos tradicionais modelos de ambiente de trabalho, verticalizados e competitivos.

Como observa Manzini (2008, p. 89), “enquanto no passado o crescimento dimensional das organizações parecia ser a única forma viável de dar mais força a uma ideia original, hoje, novas e diferentes estratégias de ‘crescimento’ são possíveis”. Neste contexto, espaços de *coworking* se apresentam como exemplos de ambientes em que novas relações vêm se formando, tanto no que diz respeito à divisão do trabalho, quanto às maneiras de utilizar recursos e mesmo de existir, o que caracteriza tais espaços como disruptivos em relação aos modelos tradicionais e, por isto mesmo, objetos possíveis para a observação da cultura como um movente.

O *Coworking* Brasil (2017a), site criado em 2011 como um projeto conjunto de diversos fundadores de espaços de *coworking* brasileiros cujo propósito é colaborar na divulgação do conceito de *coworking* por todo o país, criou um Manifesto que reafirma a filosofia que a própria história do surgimento dos espaços de *coworking* já aponta. Além disso, o Manifesto frisa que a proposta destes espaços é construir um futuro mais sustentável por meio de um novo equilíbrio entre vida e trabalho, criando uma economia mais humana, interligada e sustentável (COWORKING BRASIL, 2017b).

Sendo o *coworking* fenômeno característico da contemporaneidade, cabe adotar a sugestão de Maffesoli (2010a) sobre como abordá-lo satisfatoriamente: olhando para a socialidade como um conjunto mais amplo que o das leis econômicas. Neste sentido, o autor apregoa que deve ser dado destaque para questões simbólicas que colocam as pessoas em

relação, e cita as imagens como um campo profícuo e privilegiado para a realização deste trabalho. Tem-se, portanto, a valorização da proxemia, em relação a qual Maffesoli (2012) destaca a importância da vida cotidiana, do sentimento de pertencimento comunitário e o retorno do emocional, entre outros, como marcadores da mudança de paradigma que se vê em curso. Em vista disso, estabeleceu-se um objeto de pesquisa específico no universo de espaços de *coworking* existentes. Assim, o *corpus* da pesquisa empírica foi elaborado a partir de imagens relacionadas ao *Officina Café & Coworking*, de Blumenau, Santa Catarina, inaugurado em junho de 2015, local frequentado pela pesquisadora e que forneceu os *insights* sobre as transformações sociais em curso que deram razão à toda a pesquisa⁶.

A questão, a partir da definição da fonte e do tipo de material a ser coletado, era como conseguir imagens sobre o espaço selecionado e de que maneira lidar com elas para que fosse possível uma análise que atendesse ao propósito de trazer inferências sobre o tempo presente. A seção a seguir apresenta os percursos metodológicos desenvolvidos para a realização da parte empírica do trabalho.

⁶ Normalmente esta seria a deixa para a apresentação do objeto de pesquisa, mas em vista da proposta que se vai apresentar, a ideia é que o leitor conheça o objeto a partir das imagens produzidas sobre ele. Entretanto, caso haja interesse, o endereço eletrônico do empreendimento é <http://www.Officinacoworking.com.br/>.

4 PERCURSOS METODOLÓGICOS DE ELABORAÇÃO, DESCRIÇÃO E ANÁLISE DO *CORPUS*

Ter um olhar semiótico implica assumir a grande amplitude das possibilidades de significação e, portanto, de interpretação dos signos. Buscar uma compreensão a respeito de como determinados grupos constroem e negociam significados demanda, em vista disso, uma abertura ao olhar do outro, uma imersão num universo cujo controle não pertence ao pesquisador. A grande questão que surge daí é: como é possível compreender esse olhar significativamente construído?

O que se pode afirmar com tranquilidade é que sem o contato com o outro essa compreensão é impossível. Compreender o outro é um ato de empatia. Mas como realizar um contato que não ‘interfira’ no ambiente em que esse outro se insere a ponto de comprometer seriamente atos simbólicos já estabelecidos em determinada comunidade? Esses parecem ser os dilemas que rondam todos aqueles que não se interessam em desenvolver uma visão *SOBRE* o outro, mas em conhecer e buscar compreender a visão *DO* outro.

Considerando as inquietações surgidas a partir das reflexões teóricas apresentadas até então, percebeu-se que seria necessário que as próprias pessoas envolvidas com o objeto de pesquisa fossem as responsáveis por gerar as imagens constituintes do *corpus* de análise. Registros fotográficos feitos pelos frequentadores de um espaço de *coworking* se apresentavam, assim, como fontes de dados ideias para a elaboração do *corpus*, pois, como explica Bittencourt (1998), a imagem fotográfica possui características que podem contribuir significativamente para ampliar a compreensão dos processos de simbolização próprios dos universos culturais, algo muito relevante para a presente proposta de trabalho. Isso acontece, segundo ela, porque fotografias apresentam um cenário no qual as atividades diárias, os atores sociais e o contexto sócio cultural são articulados e vividos e, assim:

[...] a análise de registros fotográficos tem permitido a reconstituição da história cultural de alguns grupos sociais, bem como um melhor entendimento dos processos de mudança social [...]. [...] o uso da imagem acrescenta novas dimensões à interpretação da história cultural, permitindo aprofundar a compreensão do universo simbólico que se exprime em sistemas de atitudes [...] pelos quais grupos sociais se definem, identidade se constroem e se apreendem mentalidades (BITTENCOURT, 1998, p.200-201).

Conforme observa a pesquisadora, por preservar um instante no tempo, a imagem fotográfica tem a capacidade de apontar não somente para uma memória que lhe é intrínseca, evocando também uma memória que lhe é externa, a memória do espectador, aproximando

especialmente o tema da imagem e o espectador, embora estejam situados em dimensões temporais diferentes. Bittencourt (1998) indica que a relevância da interpretação de imagens no estudo das transformações sociais está justamente nessa capacidade de, em sua descontinuidade espaço x tempo, permitir criar um mundo de sentidos que apontam tanto para o conteúdo da imagem quanto para os conceitos fundamentais que organizam a visão de mundo e do *ethos* do grupo estudado.

Tendo a criação de imagens como um produto social de um modo negociado de ver e ser visto, as fotografias, para a pesquisadora, funcionam como molduras referenciais em que a realidade social e o contexto cultural são compartilhados. Assim, assumindo o papel da antropologia como o estabelecimento de diálogos com o outro, Bittencourt (1998, p. 209) defende que a disciplina demanda métodos que tornem possível a dinâmica negociação de sentidos inerente ao confronto de experiências humanas. Nesse contexto, ela destaca que o processo imagético abre “[...] um meio de comunicação entre os sujeitos da investigação etnográfica ao criar um processo interativo que dá acesso a outras possibilidades de significação dos fenômenos sociais e ao ampliar o universo do discurso humano”.

Conforme explica a autora, ao interpretar uma fotografia, o espectador trata essa imagem como um pronunciamento visual, seleciona signos que se ajustam a seus padrões de significação e acrescenta à imagem outras dimensões de significação: “De fato, a imagem fotográfica produz uma síntese peculiar entre o evento representado e as interpretações construídas sobre ele, estando esta correspondência sujeita às convenções de representação culturalmente construídas” (BITTENCOURT, 1998, p. 199).

Por conta desse entendimento, diferentemente do que ocorre na maioria das vezes, em seu estudo sobre a produção artística de tecidos, canções e narrativas da comunidade de Roça Grande, no vale do rio Jequitinhonha, em Minas Gerais, a pesquisadora não se utilizou da imagem fotográfica como apoio de caráter documental, capaz de ilustrar suas próprias observações a respeito do objeto de estudo. Longe disso, a partir de fotografias produzidas por pessoas da própria comunidade, Bittencourt (1998) uniu a análise do conteúdo dessas fotografias àquela de seu processo de produção e, com isso, conseguiu indicar como campos culturais e semânticos foram criados, negociados e transformados nas vidas das pessoas daquela comunidade, bem como na atualidade de suas experiências. Tem-se assim o outro visto e registrado por seus próprios olhos. O olhar do pesquisador, evidentemente, é inevitável, mas vem à tona em momento mais adequado por estar em posição menos imperativa sobre o objeto pesquisado. Na busca por uma alternativa para não transformar o

entendimento do outro num julgamento a respeito desse outro, esta experiência antropológica surgiu, num primeiro momento, como uma possibilidade interessante⁷.

Na pesquisa, Bittencourt (1998) utilizou-se de inventário visual e investigação colaborativa, enfatizando a interpretação de imagens e de ideias transmitidas pelos sujeitos da imagem. Além de interpretar imagens já elaboradas, as pessoas foram estimuladas a dar opiniões sobre o processo de criação de imagens: “Nesse nível, os tecelões de Roça Grande participaram da criação de imagens, da seleção de temas significativos, dos detalhes de suas representações” (BITTENCOURT, 1998, p. 203).

Como um dos resultados desse processo, foi possível verificar “que a importância da tecelagem se encontra no processo de elaboração dos tecidos, especialmente porque a produção dos tecidos coloca em movimento um conjunto de relações sociais por meio dos mutirões de fiar e tecer” (BITTENCOURT, 1998, p. 203). A metodologia aplicada permitiu também, a partir da interpretação dos contextos histórico e cultural visíveis nas fotografias, compreender a cultura material da comunidade e de suas transformações no tempo, o que ajudou a elucidar inclusive o modo como o processo de transformação social foi vivido e interpretado pelos atores sociais.

O caso da pesquisa que se propõe aqui não é tanto compreender a transformação no tempo, mas caracterizar o tempo presente e fazer isso a partir de elementos da cultura material que os próprios integrantes de um grupo indiquem, assim como os tecelões de Roça Grande estabeleceram os temas e modos de representação a ser utilizados nas fotografias de seus trabalhos e modo de vida. No caso da pesquisa de Bittencourt (1998), o envolvimento dos tecelões no processo de criação de suas próprias fotografias ajudou a desvendar a importância de técnicas e de noções estéticas sobre a tecelagem. Em vista desta experiência, a ideia inicial foi utilizar o mesmo método de coleta de dados, dando enfoque às experiências dos sujeitos no *Officina Café & Coworking*. Para isto foi criado um material informativo para distribuição às pessoas que circulam pelo espaço, convidando-as a participar da pesquisa e dando instruções sobre como proceder para colaborar. A imagem a seguir mostra o *layout* do material informativo produzido para distribuição:

⁷ O uso de fotografia (e também vídeo) surge de modo inovador no trabalho etnográfico de campo com Margaret Mead e Gregory Bateson em suas pesquisas sobre Bali e Nova Guiné, entre 1936 e 1939 (JACKNIS, 1988).

Figura 7 – Material informativo para participação na pesquisa



OFFCINA
café · coworking

PROJETO OFFCINA
EM FOCO

Você, que já é da casa ou acabou de chegar, é nosso convidado para participar de um projeto super bacana. Queremos saber o que significa o OFFcina Café & Coworking para você. O projeto acontecerá três etapas:

- 1**
Envio de fotos + legendas pelos frequentadores do OFFcina
- 2**
Análise de todas as fotos e informações por uma pesquisadora da área de Linguagem e Cultura
- 3**
Divulgação e utilização dos resultados da pesquisa para ações no OFFcina

Para participar, fotografe o que você considera importante aqui no nosso espaço e mande sua(s) foto(s) - MANDE QUANTAS FOTOS QUISER! - por WhatsApp para (47) 9183-0596, junto com uma legenda que explique cada foto.

Além de nos ajudar a fazer um espaço cada vez melhor, você ainda vai colaborar com uma tese de Doutorado (olha só!) Por isso, não se preocupe, nada do que você nos enviar será publicado sem a sua autorização. Ah! Se você tiver qualquer dúvida, pode tirá-las pelo Whats também. A gente agradece desde já o seu foco aqui no OFF!

FONTE: da autora, 2017 (layout: Guilherme Hostins, 2016).

Com a autorização e apoio dos proprietários e gestores do empreendimento, foi criado um nome para a pesquisa: “Projeto Offcina em foco” e um profissional de criação foi contratado pela pesquisadora para o desenvolvimento de um *layout* para a apresentação do seguinte texto explicativo do procedimento da pesquisa:

Você, que já é da casa ou acabou de chegar, é nosso convidado para participar de um projeto super bacana. **Queremos saber o que significa o OFFcina Café & Coworking para você.** O projeto acontecerá três etapas:

1	2	3
Envio de fotos + legendas pelos frequentadores do OFFcina	Análise de todas as fotos e informações por uma pesquisadora da área de Linguagem e Cultura	Divulgação e utilização dos resultados da pesquisa para ações no OFFcina

Para participar, fotografe o que você considera importante aqui no nosso espaço e mande sua(s) foto(s) - mande quantas fotos quiser! - por WhatsApp para (47) 9183-0596, junto com uma legenda que explique cada foto.

Além de nos ajudar a fazer um espaço cada vez melhor, você ainda vai colaborar com uma tese de Doutorado (olha só!) Por isso, não se preocupe, nada do que você nos enviar será publicado sem a sua autorização. Ah! Se você tiver qualquer dúvida, pode tirá-las pelo Whats também.

A gente agradece desde já o seu foco aqui no OFF!

O material foi distribuído para todos os *coworkers* e ficou à disposição das pessoas que circulam no espaço do café entre o fim de outubro e início de novembro de 2016 e o resultado não poderia ter sido mais frustrante: menos de dez imagens enviadas nos primeiros vinte dias de pesquisa. Desta experiência se extraiu que algumas convenções de representação culturalmente construídas destacadas por Bittencourt (1998) não haviam sido adequadamente consideradas no caso destes sujeitos, pertencentes a uma comunidade que tem por hábito se relacionar de modos diferentes em situações reais e virtuais.

O procedimento proposto implicou na realização de um contato que interferiu no ambiente em que os sujeitos da pesquisa de inseriam de modo a comprometer atos simbólicos já estabelecidos ali. O fato de se propor o uso de ferramentas virtualizadoras de conteúdos conhecidas e triviais a estes sujeitos (câmaras fotográficas de *smartphones* para a produção dos registros e aplicativo de troca de mensagens para envio) não foi suficiente, pois a

motivação para a realização dos registros, que é uma ação que se concretiza no real, não partia dos sujeitos.

A partir destas percepções, o pensamento de Samain (2007) foi fundamental. O autor, se questionando sobre como é possível conjugar dois atos tão humanos como o de pensar e o de se comunicar (este último entendido por ele como desejo de partilhar conhecimentos), destaca os meios de comunicação imagéticos por conta das extraordinárias potencialidades que as novas tecnologias visuais podem lhe proporcionar. Tais meios, “cuja marca produtiva é a racionalidade, são, hoje, os maiores veiculadores de emoções, de sonhos e de conteúdos psíquicos que talvez refiram-se, deste modo, a formas arcaicas da mente humana” (SAMAIN, 2007, p. 74).

Tendo em conta, então, as possibilidades comunicacionais contemporâneas apontadas por Samain (2007) – longe da importante discussão sobre seu caráter comercial e dando enfoque exclusivamente ao seu papel social – e considerando que as formas culturais se articulam na ação social, bem como por meio de artefatos, conforme entende Geertz (2013) e que, nestes casos, o significado emerge do papel que tais artefatos (no sentido de produtos materiais da cultura) desempenham no padrão de vida decorrente, optou-se pelo Instagram – plataforma de rede social *online* baseada em edição e compartilhamento de fotografias – como fonte dos registros necessários à pesquisa como produtos materiais da cultura.

De posse de todos os elementos do *corpus*, que foram identificados, selecionados e coletados conforme se explica detalhadamente no Apêndice B deste documento (aspectos técnico-metodológicos da pesquisa, p. 175), partiu-se para a busca de alternativas para facilitar o processo de análise. Neste âmbito, destacaram-se as observações feitas por Samain (2004) a respeito da organização e descrição analítica da grande fração imagética da obra emblemática dos antropólogos Bateson e Mead, *Balinese Character*, de 1942 (considerada o marco inicial da antropologia visual) e suas críticas sobre a forma como texto e imagens estão nela relacionados.

Utilizando-se de três pranchas selecionadas da obra com vistas a exemplificar como o olhar pode ser engajado em direções diferentes e em operações cognitivas variadas dependendo da ordem de apresentação das fotografias, as principais observações de Samain (2004) sobre as duas primeiras pranchas selecionadas são as seguintes: (1) na primeira seria impossível chegar a considerações precisas sobre a sequência fotográfica sem o texto que a acompanha, mas, por outro lado, a falta das fotografias dificultaria em muito minimamente imaginar como se dá a construção, pelos atores envolvidos, dos significados que o texto propõe; (2) no segundo exemplo, a descrição fornecida para as imagens não é capaz, por si só,

de permitir ao observador compreender a mensagem visual que os autores desejavam transmitir por meio do conjunto e é somente a partir da leitura do título dado à prancha que surge a possibilidade de identificar um elemento catalizador, um elo para tornar inteligíveis as imagens. O destaque de Samain (2004), portanto, está nos laços necessários de cumplicidade entre escrita e visualidade, posto que as imagens são utilizadas ali com a intenção de colaborar na expressão das ideias dos próprios pesquisadores a respeito da cultura que investigavam.

Por conta desta forma de uso das imagens, que privilegia a visão dos pesquisadores e não dos pesquisados, o terceiro exemplo chama a atenção. Este (3) tem por intuito provocar uma confrontação entre registro verbal e registro visual partindo, desta vez, do comentário completo atribuído a uma prancha e só então seguindo para a sequência de imagens e visando destacar os riscos tanto do texto quanto da imagem em sua mútua pretensão enunciativa. Samain (2004) observa que o título da prancha é uma síntese da ideia que se quer desenvolver e transmitir, o que, destaca, é feito de maneira bastante econômica a partir do texto por conta de seu caráter abstracional (simbólico, portanto), enquanto a fotografia tem uma natureza polissêmica, podendo conduzir a qualquer lugar e mesmo a lugar nenhum (um signo caracterizado pela iconicidade). Da mesma forma, o comentário a respeito do título da prancha, “na sua pretensão de *contextualização*, define, na verdade, um único horizonte de *interpretação* e de *significação*” (SAMAIN, 2004, p. 63, grifos do autor). Entretanto, neste caso específico, as imagens da prancha contradizem a argumentação, revelando sua fragilidade conceitual a partir da apresentação de uma sequência de registros concretos do convívio humano, ou seja, não só o texto, mas também a imagem é capaz de produzir um trabalho de ideação (leia-se formação e encadeamento de ideias).

Assim, além da diferença fundamental em relação aos objetivos da pesquisa, que no caso do trabalho de Bateson e Mead é etnográfico e aqui é semiótico, também a fonte das imagens no presente trabalho é muito diversa daquela encontrada em *Balinese Character*, visto que é constituída de dados secundários e, portanto, não incluindo a presença da pesquisadora, o que impediu um direcionamento por ela definido a respeito do que seria registrado, por quem, em que momento ou em qual quantidade, valendo-se exclusivamente de uma ferramenta de comunicação da contemporaneidade, o Instagram, e da sua utilização pública pelos usuários em relação ao objeto de interesse. Não que o *corpus* do presente trabalho não seja constituído igualmente de fragmentos de seu objeto. A diferença está no fato de que os autores dos registros são os próprios atores envolvidos nas relações que interessam à pesquisa e, se há um ponto de vista que interessa aqui, é o destes atores.

Além disso, considerando que a dupla de antropólogos ingleses queria explicar uma cultura a partir de sequências de imagens, o que se assemelha, num nível muito mais restrito, aos propósitos do presente trabalho, as observações de Samain (2004) ainda fizeram lembrar a necessidade de se estabelecer uma linha de raciocínio para a apresentação, descrição e análise das imagens evitando um olhar da pesquisadora ‘sobre’ o objeto, priorizando, em vez disso, uma visão ‘do’ objeto. Destaca-se, portanto, aqui, a importância de uma ferramenta conceitual que evite a mistura entre o que já se conhece (e, principalmente, o que se acredita) e o que os signos dão a ver, para que não se tenha um julgamento sobre o objeto, mas sim uma percepção a respeito do que ele, por si mesmo, emana. Neste sentido, adotou-se a fenomenologia peirceana como base para a classificação e descrição das imagens do *corpus*. Como resultado, foram criadas três subdivisões dos elementos do *corpus*, relacionadas às três categorias fenomenológicas peirceanas, respectivamente: (1) imagens com predominância de apelo sensorial; (2) imagens em que predominam interações (entre pessoas e com o ambiente), portanto, de apelo relacional e; (3) imagens cujo conteúdo é predominantemente cognitivo, ou seja, simbólico.

Já o foco da análise foi a significação, pois interessa entender que sentidos são produzidos nas relações entre o objeto de pesquisa (*Officina Café & Coworking*) e os produtores das fotos, que são os criadores e os frequentadores do espaço, em vista das atividades que ali realizam. Assim, se as imagens constituintes do *corpus*, enquanto signos, podem apresentar elementos de primeiridade, de secundidade e também terceiridade ao mesmo tempo, o primeiro exercício realizado foi contemplar as qualidades presentes nas imagens, buscando captar os apelos sensoriais nelas contidos. Na sequência, a partir de um olhar mais observacional para os conjuntos, buscou-se identificar os elementos singulares que caracterizavam as imagens, discriminando aquilo que cada uma, mesmo pertencendo a uma mesma categoria mais ampla, tinha de peculiar.

Notou-se, com isso, a repetição de algumas características em várias imagens diferentes e, a partir de um olhar generalizador sobre estes casos singulares, foram elaborados grupos de imagens que eram capazes de compor conjuntos com algum tipo de regularidade, os quais foram reunidos em painéis. Em suma, o recorte e a montagem de arquivos semióticos para leitura resultou em três tipos de conjuntos de imagens: (1) conjuntos com imagens representativas de fenômenos da primeiridade e que, portanto, são mais voltadas a provocar apenas sensações; (2) conjuntos com imagens representativas de fenômenos da secundidade e que, portanto, são mais voltadas a indicar as articulações existentes entre os espaços e seus

usos, e (3) conjuntos com imagens representativas de fenômenos da terceiridade e que, portanto, são mais voltadas a simbolizar a relação entre as pessoas e o empreendimento.

A quantidade de painéis criados a partir dos três tipos de conjuntos de imagens variou de acordo com as regularidades identificadas, as quais foram organizadas numa perspectiva cartográfica inspirada no trabalho do crítico de arte alemão Aby Warburg. Segundo Johnson (2016), entre 1924 e 1929, Aby Warburg desenvolveu o Atlas Mnemosyne, uma tentativa de mapear (eis a razão do uso do termo ‘perspectiva cartográfica’) como imagens de grande poder simbólico, intelectual e emocional emergem na antiguidade ocidental e depois reaparecem e são reanimadas na arte e cosmologia de épocas e lugares posteriores, da Grécia de Alexandria à Alemanha de Weimar. Warburg esperava que o Atlas Mnemosyne permitisse aos seus espectadores experimentar por si mesmos as ‘polaridades’ que crivam a cultura e o pensamento.

De acordo com Johnson (2016), as experiências combinatórias de Warburg no Atlas seguem sua própria lógica metonímica (de caráter indicial⁸, portanto), intuitiva, mesmo quando é impulsionada por décadas de erudição rigorosa. Warburg acreditava que essas imagens simbólicas, quando justapostas e depois colocadas em sequência, poderiam promover percepções imediatas e sinópticas sobre a vida após a morte de imagens carregadas de *pathos* que descrevem o que ele chamou de ‘*bewegtes Leben*’ (vida em movimento ou vida animada). Como tal, o Atlas Mnemosyne esforça-se para tornar imanente e compreensível o processo infável de mudança histórica e recorrência.

O Atlas funciona também cartograficamente porque explora como os significados são constituídos pelo movimento de temas e estilos entre o Oriente e o Ocidente, Norte e Sul. Transformando as noções cartográficas e científicas do que um ‘atlas’ deveria ser, Warburg cria um ‘espaço de pensamento’ dinâmico [*Denkraum*] onde as imagens cosmográficas e histórico-artísticas revelam como as forças subjetivas e objetivas moldam a cultura ocidental (JOHNSON, 2016).

O trabalho aqui proposto é de natureza bem mais modesta, abrangendo apenas um pequeno elemento extraído da contemporaneidade e analisado a partir de um contexto bem mais estreito, mas a ideia de uma visão sinóptica e de uma perspectiva cartográfica⁹ entre as imagens do *corpus* e o objeto de pesquisa como espaço de interação entre seus frequentadores foram a base da distribuição das imagens nos painéis semióticos. Esta divisão coincide, não

⁸ O índice, em Peirce (2005), é uma relação de contiguidade entre signo (aquilo que representa, no caso, uma metonímia) e objeto significado, portanto, uma relação existencial entre signo e objeto.

⁹ No caso do *corpus* da presente pesquisa, caracterizada por uma relação espacial / arquitetônica.

por acaso, com a separação fenomenológica dos registros, dando a ela um direcionamento específico que deriva das próprias características do objeto, que é um espaço físico. Assim, os conjuntos com imagens representativas de fenômenos da primeiridade, mais voltadas a provocar apenas sensações (apelo sensorial), são formados por (1) registros fotográficos que expressam como o empreendimento se constitui espacialmente; já os conjuntos com imagens representativas de fenômenos da secundidade, mais voltadas a indicar as articulações existentes entre os espaços e seus usos (apelo relacional), são formados por (2) registros fotográficos que expressam de que forma estes ambientes são usufruídos, e os conjuntos com imagens representativas de fenômenos da terceiridade, mais voltadas a simbolizar a relação entre as pessoas e o empreendimento (apelo cognitivo), são formados por (3) registros fotográficos que expressam os significados que estes usos têm para os frequentadores. Em termos da relação das imagens como signos (*representamens*) do *Offcina Café & Coworking* (objeto do signo), a análise semiótica se deu, em relação aos painéis, buscando identificar aspectos icônicos (relações de analogia), aspectos indiciais (relações de contiguidades) e aspectos simbólicos (relações convencionais) do empreendimento.

Além destes, mais um cuidado foi tomado em relação à análise. Foram gerados dois grandes grupos de imagens a partir dos procedimentos descritos, um referente aos registros do empreendimento feitos pelo próprio *Offcina Café & Coworking* e outro referente aos registros feitos por seus frequentadores. Esta divisão se deu porque o *Offcina* é um empreendimento comercial e foi criado com objetivos específicos, baseados em interesses determinados (visando, portanto, expressar determinados significados para seus frequentadores), os quais não são necessariamente condizentes com os objetivos e interesses daqueles que frequentam / utilizam o espaço.

Do mesmo modo que obras de arte encerram narrativas, as quais existem entre percepções – as do autor, do espectador, das convenções sociais e da individualidade – como lembra Manguel (2001), há que se considerar que o mesmo ocorra em outras relações em que algo é criado por alguém (ou alguns), para a apreciação / uso de outros. Transportando, então, estes conceitos extraídos da arte para o âmbito dos negócios, no qual se situa o objeto de pesquisa, assumiu-se, de antemão, a possibilidade da existência de discrepâncias entre a identidade do *Offcina Café & Coworking* (como este negócio realmente é, como é visto por seus responsáveis) e a imagem do público (o que sente e o que pensa) a respeito deste mesmo negócio, o que pode gerar diversos impactos na relação entre ambos, conforme observam Schuler e De Toni (2014).

As relações apontadas por Manguel (2001) e por Schuler e De Toni (2014) denotam a assertividade da perspectiva peirceana no que diz respeito à potencialidade dos signos, visto que os significados emergem – independentemente das intenções de seu emissor – de acordo com aquilo que receptores do signo (intérpretes) são capazes de interpretar na relação com os potenciais significantes que o signo oferece. Desse modo, trabalhar com os registros separadamente (aqueles produzidos pelo espaço de *coworking* de um lado e os produzidos por seus frequentadores, de outro) permite identificar, por meio do *corpus*, se há indícios de divergências entre aquilo que o *Offcina Café & Coworking* intenta oferecer (seja como produto/serviço ou como conceito) a partir dos registros fotográficos que compartilha e o que seus frequentadores realizam e destacam quando estão no empreendimento, o que se considera interessante para a pesquisa visto que pode apontar diferenças de propósitos que, de outra forma, seriam mais difíceis de notar e que podem impactar na discussão que se pretende desenvolver a respeito destes espaços como exemplos de relações culturais dinâmicas.

Além disso, foram criados títulos para os painéis, o que, inclusive, colaborou para a identificação de relações entre painéis pertencentes a categorias fenomenológicas e produtores diferentes, na medida em que foram elaborados buscando expressar de forma sucinta o tipo de regularidade que permitiu a reunião das imagens que constituíram cada painel. Buscou-se, também, elaborar uma descrição que permitisse compreender não só o conteúdo das imagens a partir de um olhar semiótico, mas explicitar, também, a lógica de sua composição nos painéis, momento em que se pode perceber o direcionamento ‘cartográfico’ dado ao trabalho.

Já no que diz respeito à discussão dos achados, a base conceitual foi a visão de Geertz (2013) sobre a cultura como um contexto a partir do qual acontecimentos sociais, comportamentos, instituições ou processos podem ser descritos de forma inteligível. O autor destaca, então, a necessidade de se utilizar uma perspectiva semiótica da cultura, dando a entender que é preciso entrelaçar na análise tanto a estética quanto a ética e também a lógica¹⁰. Entretanto, na teoria geral dos signos proposta por Peirce, a gramática especulativa, ou semiótica, responsável pela fisiologia dos signos, tem por função somente defini-los e classificá-los. Desse modo, não compete a ela tratar dos modos possíveis de recepção e

¹⁰ Eis aqui o que se considera um ganho em relação a vários trabalhos que têm imagens como base para a compreensão da cultura. Ao se considerar trabalhos no âmbito da arte, como o de Warburg, por exemplo, nota-se que o enfoque principal está na questão estética. Já em trabalhos antropológicos como o de Bateson e Mead, o enfoque principal fica na questão ética. A perspectiva semiótica, por sua vez, entrelaça aspectos estéticos, éticos e também lógicos, fornecendo uma análise mais completa sobre a cultura como contexto fenomenológico.

manipulação desses signos, em outras palavras, a semiótica não abrange o que acontece com os signos quando eles entram efetivamente em uso (SANTAELLA, 2004).

Assim, é com base no entendimento de Peirce sobre estética, ética e lógica (que ele chama de ciências normativas), como ciências dos ideais e propósitos humanos que é possível relacionar os fenômenos com suas finalidades. Isso porque:

A ação humana é a ação raciocinada que, por sua vez, é deliberada e controlada. Mas toda ação deliberada é guiada por fins, objetivos, os quais, por seu lado, devem ser escolhidos. Essa escolha também, se for fruto da razão, deve ser deliberada e controlada, o que, ao fim e ao cabo, requer o reconhecimento de algo que é admirável em si mesmo para ser almejado. A lógica, como o estudo do raciocínio correto, é a ciência dos meios para se agir razoavelmente. A ética ajuda e guia a lógica pela análise dos fins aos quais esses meios devem ser dirigidos. Finalmente, a estética guia a ética ao definir qual é a natureza de um fim em si mesmo que seja admirável e desejável em quaisquer circunstâncias independentemente de qualquer outra consideração de qualquer espécie que seja. A ética e a lógica são, assim, especificações da estética. A ética propõe quais propósitos devemos razoavelmente escolher em várias circunstâncias, enquanto a lógica propõe quais meios estão disponíveis para perseguir esses fins (SANTAELLA, 2004, p. 240).

Entendidas no seu conjunto, como a ciência das leis de conformidade das coisas com seus fins, para Peirce (2005, p. 201) cada uma das ciências normativas está relacionada a uma das categorias dos fenômenos: “a estética considera aquelas coisas cujos fins devem incorporar qualidades do sentir, enquanto que a ética considera aquelas coisas cujos fins residem na ação, e a lógica, aquelas coisas cujo fim é representar alguma coisa”. O efeito disso para o pragmatismo (doutrina de que o significado de um conceito intelectual consiste exclusivamente nos seus efeitos concebíveis sobre a conduta) é que, se o significado de um símbolo consiste em como ele pode levar alguém à ação, esse ‘como’ não pode estar relacionado à descrição de movimentos mecânicos possíveis de serem causados por tal símbolo, mas à descrição da ação tendo um ou outro objetivo (PEIRCE, 2005).

De acordo com Santaella (2004, p. 239-240), para Peirce, “a ética não está diretamente voltada para o que é certo ou errado, mas com o que deve ser o propósito do esforço humano”, do mesmo modo que a estética não se ocupa com a determinação do que seja belo ou feio, “mas com aquilo que deve ser experienciado por si mesmo, isto é, qualidades e sentimentos”. Tem-se, portanto, de um lado, que a estética deve “determinar o que pode preencher esse requisito de ser admirável, desejável, em e por si mesmo [...]”. De outro lado, é a estética que determina aquilo “para que o empenho ético deve se dirigir, [aquilo] que deve ser buscado como ideal mais elevado”. Os meios para atingir tal ideal, por sua vez, são função da lógica, “pois dela depende o processo de raciocínio autocontrolado”.

Considerando-se o desejo de compreender uma cultura, investigar a relação entre seus fenômenos e as finalidades que neles se encerram parece ser um caminho interessante a explorar, desde que se compreenda qual o verdadeiro valor da ciência normativa na proposta peirceana. Ela é puramente teórica e não visa a descoberta de novos fenômenos. Nela, qualquer hipótese da qual procedem suas deduções obedecem ao intuito de conformar-se à verdade positiva do fato e suas apreciações peculiares não possuem, em si mesmas, nada que corresponda aos fenômenos, pois se relacionam à forma com estes se conformam aos seus fins, os quais não emanam dos fenômenos em si mesmos (caso contrário não haveria necessidade de separar a Fenomenologia da Ciência Normativa). Desde modo, seja qual for o fenômeno, se seus fins são de três tipos: (beleza, direito, verdade), tem-se implicada a ideia de que a ciência normativa possui três divisões – estética, ética e lógica – que se entrelaçam (PEIRCE, 2005).

Se as três divisões da ciência normativa, em Peirce, se entrelaçam, então, além de compreender do que trata cada uma, é preciso também deixar claro como elas se inter-relacionam para que se possa utilizá-las como base conceitual de análise. Partindo da lógica, Peirce (2005, p. 201-202, grifos do autor) destaca, primeiramente, sua relação com a ética:

[...] o âmago da lógica reside na classificação e na crítica dos argumentos. Ora, é peculiar à natureza do argumento o fato de nenhum argumento poder existir sem que se estabeleça uma referência entre ele e alguma classe especial de argumentos. O ato da inferência consiste no pensamento de que a conclusão inferida é verdadeira porque *em qualquer caso análogo* uma conclusão análoga *seria* verdadeira. [...] Esta classificação não é uma mera qualificação do argumento. Envolve, essencialmente, *uma aprovação* do argumento – *uma aprovação qualitativa*. Ora, uma tal auto-aprovação pressupõe um *autocontrole*. [...] sustentamos que o ato da inferência, que aprovamos, é voluntário. Isto é, se não aprovássemos, não inferiríamos. [...] Ora, *a aprovação de um ato voluntário* é uma *aprovação moral*. *A ética é o estudo sobre quais as finalidades de ação que estamos deliberadamente preparados para adotar*. Isto é [,] a ação correta que está em conformidade com os fins que estamos deliberadamente preparados para adotar.

Assim, segundo Peirce (2005), um pensador lógico nada mais é que um pensador que exerce um grande autocontrole sobre suas operações intelectuais, de modo que o bem lógico é simplesmente uma espécie particular do bem moral. Neste contexto, um fim último da ação deliberadamente adotada com razoabilidade deve ser um estado de coisas que razoavelmente se recomenda a si mesmo em si mesmo, aparte de qualquer consideração posterior: “Deve ser um *ideal admirável*, tendo o único tipo de bem que um tal ideal *pode ter*, ou seja, o bem estético. Deste ponto de vista aquilo que é moralmente bom surge como uma espécie particular daquilo que é esteticamente bom” (PEIRCE, 2005, p. 202, grifos do autor).

Já o bem lógico, para Peirce (2005), é o bem da representação. Considerando-se que toda representação é da ordem da terceiridade, primeiridade e secundidade estão contidas nela. É por isso que é possível afirmar que no bem lógico podem estar contidos a expressividade do bem estético, assim como a veracidade do bem moral. Mas o que caracteriza o bem lógico em si mesmo é a excelência do argumento, “com seu bem negativo, o mais fundamental, sendo seu peso e solidez, o fato de ter ele realmente a força que pretende ter e o fato de ser grande essa força, enquanto que seu bem quantitativo consiste no grau em que faz avançar nosso conhecimento” (PEIRCE, 2005, p. 206).

Se a base do conhecimento são os juízos que nos fornecem os fenômenos, visto que fenômenos são tudo aquilo que se nos dá a perceber, qualquer fenômeno ao qual seja dedicado um diligente esforço de compreensão é passível de fornecer inferências logicamente corretas, capazes de fazer avançar o conhecimento. Segundo Davidson (1994), não se pode observar diretamente as crenças, desejos, intenções que determinam, em parte, as significações das enunciações, posto que são invisíveis a olho nu, entretanto, pode-se observar as enunciações (mesmo uma enunciação visual) e pode-se supor que é possível detectar uma ou outra atitude que o locutor tem em vista de suas enunciações. Assim, cada imagem coletada deve ser entendida como um signo (*representamen*) que traz aspectos das crenças, desejo e, intenções (interpretantes) do grupo que criou e que frequenta o *Offcina Café & Coworking*. Neste contexto, entende-se que a identificação de aspectos estéticos, éticos e lógicos a partir de aspectos fenomênicos (primeiridade, secundidade e terceiridade) das imagens produzidas pelos sujeitos envolvidos com o objeto de pesquisa permite que essas imagens se constituam em signos cujos interpretantes são fornecidos pelo grupo mesmo que negocia os significados ali potencializados e expressam, em diferentes níveis, suas crenças, desejos e intenções.

5 DESCRIÇÃO CARTOGRÁFICA E ANÁLISE SEMIÓTICA DO *CORPUS*

A base da elaboração dos painéis semióticos foram os espaços do empreendimento. Em relação às imagens representativas de fenômenos da primeiridade, foi possível elaborar um painel com imagens registradas pelo *Offcina Café & Coworking*, no qual se realiza um passeio virtual por boa parte dos ambientes¹¹, e mais um painel com imagens registradas pelos frequentadores seguindo esta mesma lógica. Já o volume de painéis elaborados a partir de imagens representativas de fenômenos da secundidade foi bem maior e muitos dos painéis dão enfoque a um único espaço, visto que a intenção destes é indicar as articulações existentes entre os espaços e seus usos, os quais se mostraram bastante variados. Por fim, por conta de seu caráter simbólico, os painéis elaborados com imagens representativas de fenômenos da terceiridade foram construídos a partir de uma base mais abstrata, a linguagem escrita, assim, no que diz respeito à lógica cartográfica, o conjunto de painéis fornece uma visão do pensamento das pessoas em relação ao espaço como um todo.

É importante retomar, aqui, que a inserção de painéis com registros produzidos pelos frequentadores do espaço tem por intuito identificar se há indícios de divergências entre aquilo que o *Offcina Café & Coworking* intenta oferecer (seja como produto/serviço ou como conceito) e o que seus frequentadores sentem, fazem e pensam quando estão no empreendimento, permitindo apontar diferenças em relação a significados que, de outra forma, seriam mais difíceis de notar e que podem impactar na discussão que se pretende desenvolver a respeito destes espaços como exemplos de relações culturais. Por conta disto, a análise de tais painéis se limita a avaliar se os aspectos representativos-simbólicos identificados nos painéis elaborados com imagens produzidas pelo empreendimento se repetem ou não quando o ponto de vista é o dos usuários.

5.1 PRIMEIRIDADE: SENSACIONES DO *OFFCINA CAFÉ & COWORKING*

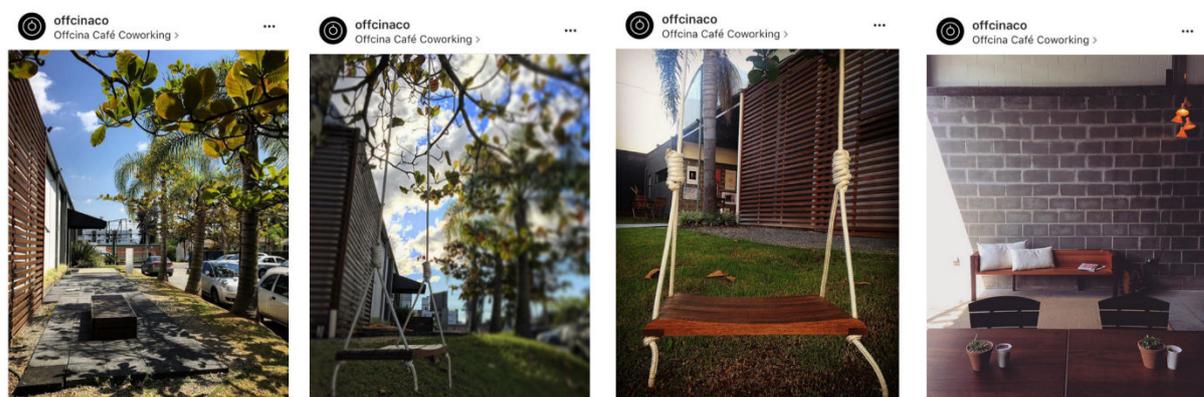
A partir dos registros fotográficos realizados pelo próprio espaço de *coworking* e coletados a partir dos mecanismos de busca da plataforma de rede social *online* Instagram¹², foi possível construir um painel com 20 imagens, o qual se apresenta a seguir:

¹¹ Alguns ambientes só são vistos a partir dos painéis de imagens representativas de fenômenos da secundidade, ou seja, quando relacionados a seus usos.

¹² De forma gratuita e incluindo apenas registros liberados para visualização pública, portanto. Para maiores detalhes a respeito dos procedimentos de coleta, consultar o Apêndice B deste documento.

ocidente), criando, deste modo, um espaço de pensamento dinâmico. No caso do *corpus* da presente pesquisa, a perspectiva cartográfica se dá, neste primeiro momento, no sentido de mostrar ao leitor os aspectos espaciais e arquitetônicos do empreendimento, para que, numa próxima etapa, se possa destacar de que forma cada um destes espaços é usufruído por seus usuários e como estas relações vão, mais adiante, permear os pensamentos destes mesmos usuários a respeito do empreendimento. Assim, a disposição das imagens no painel propõe um passeio pelo *Offcina Café & Coworking*, que se inicia com a linha superior, composta por quatro imagens que, na maioria, permitem uma vista de dentro para fora do terreno em que o *Offcina* se situa, conforme mostra o recorte a seguir:

Figura 8 – Recorte linha 01 (painel semiótico 1)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

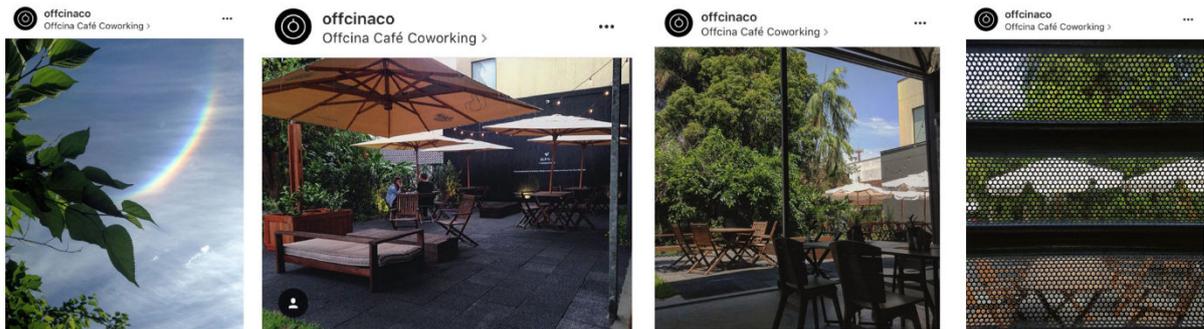
A primeira imagem foi registrada a partir, aproximadamente, do ponto central do terreno no sentido de seu comprimento, e mais à sua direita no sentido da largura. Na imagem, mais ao fundo, à esquerda, é possível ver o toldo negro que protege a porta de entrada da recepção do espaço de *coworking* do *Offcina*, bem como a calçada e o gramado que acompanham toda a lateral do prédio. Do lado direito, sombreiros e palmeiras fazem a divisão entre a área do prédio e a área de trânsito e estacionamento, que está delimitada, na extrema direita, por um muro.

A segunda imagem é um registro feito de uma posição mais recuada em relação ao comprimento do terreno, permitindo observar a existência de um balanço sob os galhos de um sombreiro e a elevação de terreno que separa a área de circulação de pedestres da área de circulação e estacionamento de carros. Já a terceira imagem registra o mesmo balanço de outro ângulo, agora lateral, no sentido da direita para a esquerda, permitindo que se observe, ao fundo, a entrada da área do café, com a parede da extremidade esquerda decorada com

quadros. A imagem seguinte é desta mesma parede, vista a partir de dentro do café, mas, no momento do registro, sem nenhum quadro sobre ela.

A segunda linha de imagens, apresentada a seguir, se inicia com o registro das folhas da amoreira que fica nos limites da área do *lounge* externo do café e o terreno vizinho.

Figura 9 – Recorte linha 02 (painel semiótico 1)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A segunda imagem da linha, registrada da direita para a esquerda, no sentido da largura do terreno, permite que se conheça o espaço do *lounge* externo, com sua extremidade de fundo coberta de folhagens e árvores (onde se encontra a amoreira), enquanto sua extremidade lateral já é um prédio vizinho cuja parede foi pintada de preto até uma certa altura, com discretas inscrições em branco estampadas ao centro. Na parte superior da imagem se destacam fios com pequenas lâmpadas e *ombrelones* com estrutura de madeira escura e coberturas claras, as quais fazem sombra para mesas, cadeiras e catres de madeira escura sobre um chão de placas escuras.

A imagem seguinte é uma visão do *lounge* externo a partir da área interior do café, num momento em que os *ombrelones* estavam dispostos mais à direita do *lounge* externo e de onde é possível observar a barreira verde que as plantas fazem entre o terreno do *Offcina* e o de um de seus vizinhos. Na sequência, o registro também foi feito na mesma posição, mas neste as portas metálicas de enrolar que isolam a área interna da externa quando o empreendimento está fechado estavam baixadas e o *lounge* é visto de dentro para fora, a partir da tela perfurada que faz parte da estrutura da porta.

Na terceira linha, três registros noturnos. O primeiro, destacando as folhagens e a iluminação da área externa. O segundo, feito à maior distância, por um ângulo lateral, mostra o caminho de entrada e a parede lateral esquerda da área interna do café. O terceiro registro, feito do fundo para a frente do terreno em seu comprimento, também mostra o caminho de entrada para o café, mas permite uma visão mais ampla de seu interior, no qual se pode

observar a parede lateral esquerda decorada com quadros e os espaços mais escuros que marcam a entrada de dois estúdios de trabalho, bem como, mais à direita, a área de mesas do café. A imagem a seguir apresenta o recorte do painel:

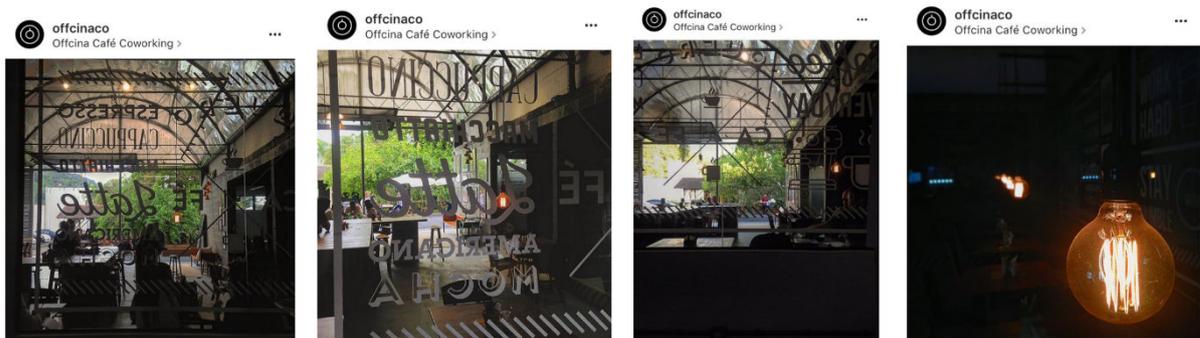
Figura 10 – Recorte linha 03 (painel semiótico 1)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A quarta e última linha de imagens contém registros feitos, principalmente, a partir das salas de reuniões do espaço de *coworking*, que dão fundos para a área interna do café e que são dele separadas por uma meia parede na qual estão instalados painéis de vidro com adesivações de palavras à área do café:

Figura 11 – Recorte linha 04 (painel semiótico 1)



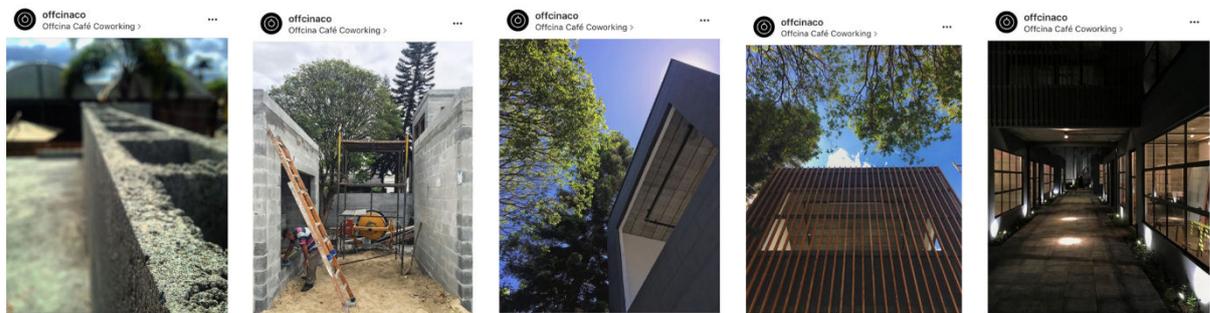
Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A primeira imagem é um registro do centro para a extremidade do ambiente do café a partir de uma das salas de reunião, no qual é possível ver, bem à direita, o espaço de entrada de um estúdio de trabalho e a parede decorada; ao fundo, o *lounge* externo e sua extremidade feita de plantas e, por fim; ao centro, a área de mesas do café. A segunda imagem

é bastante semelhante à primeira, mas seu enquadramento permite uma visão melhor da grande mesa comunitária que fica no centro da área do café, enquanto a terceira é um recorte mais estreito. Já a última imagem, apesar da composição bastante diferente das demais, forma com elas um conjunto por registrar em detalhe uma lâmpada do mesmo tipo da que aparece discretamente nas três imagens anteriores.

Uma coluna de imagens alocada mais à direita finaliza o painel¹³. A sequência vertical de cinco imagens reúne registros da expansão da área construída do empreendimento, iniciando com uma imagem de detalhe de um bloco de cimento pré-moldado, seguida por uma imagem da obra mostrando paredes construídas com o mesmo tipo de material da imagem anterior. Na sequência, num ângulo de baixo para cima, a imagem mostra uma estrutura escura e alta, cujo interior é visível por conta de uma grande abertura. A seguir, também num ângulo de baixo para cima, mas em posição frontal, a mesma estrutura da imagem anterior aparece agora por detrás de um padrão de linhas verticais formadas por ripas de madeira. A última imagem é um registro do corredor interno do andar inferior da nova estrutura, que se situa do lado esquerdo da barreira de folhagens que delimita o *lounge* externo do café e se estende para o fundo do terreno do empreendimento.

Figura 12 – Rearranjo da linha vertical (painel semiótico 1)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

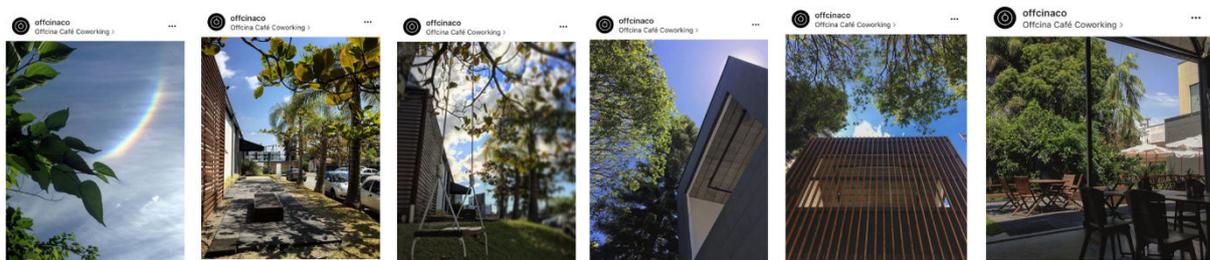
Feita a apresentação do espaço por meio deste percurso visual-cartográfico, o que se apresenta a seguir é uma análise semiótica das imagens e é importante alertar que esta análise não tem conexão direta com a disposição das imagens no painel, mas segue os pressupostos de Peirce (2005) no que diz respeito à primeiridade na sua relação com os aspectos icônicos do objeto de um signo, no sentido de dar enfoque às qualidades que as imagens exibem, evitando uma transferência imediata destas qualidades para aquilo que elas

¹³ Interessante notar que não há quaisquer registros de caráter mais sensorial dos espaços de trabalho do *Oficina* (estúdios, recepção, área de coworking, salas de reunião ou auditório).

indicam e também para a nomeação daquilo que se vê¹⁴. Dito de outro modo, o que se pretende com a análise semiótica aqui é explorar o plano sensorio e fugir das armadilhas do já indicial e nomeado (aspectos a serem explorados apenas em uma descrição de secundidade).

Ao se dar enfoque aos aspectos qualitativos-icônicos, nem sempre é fácil enumerar todas as sensações que emanam do conjunto de signos visuais que formam cada imagem. Entretanto, pode-se afirmar que a cor é um dos aspectos mais proeminentes. Azul, verde, cinza, preto, tons de marrom e amarelo e pontos de branco permeiam boa parte das imagens, variando na extensão que ocupam em cada uma delas. A figura a seguir apresenta um rearranjo de algumas imagens do painel semiótico para destaque das cores:

Figura 13 – Elementos de composição: cores (painel semiótico 1)

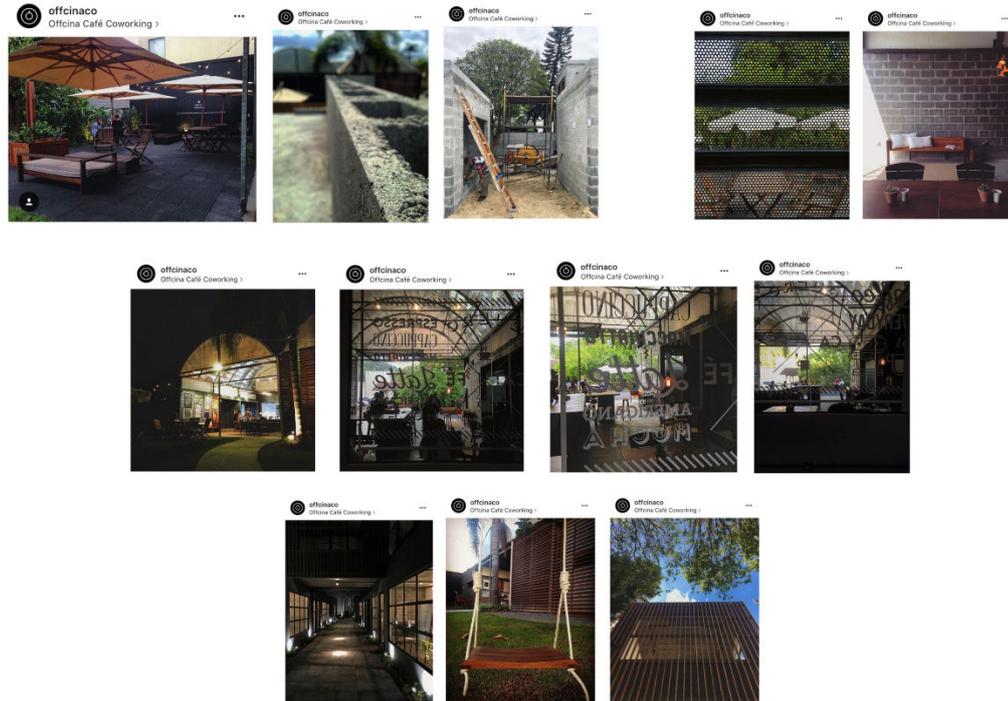


Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Além disso, linhas rígidas, na maior parte pretas ou brancas, às vezes curvas e às vezes retas, presentes em intervalos de espaço às vezes bem próximos, outras mais espaçadas, cortam boa parte das imagens e se contrapõem às linhas mais orgânicas que também se encontram presentes nos registros e que podem ser observadas na figura acima. A figura a seguir apresenta um rearranjo de algumas imagens do painel semiótico para destaque das linhas. No canto superior esquerdo, linhas retas diagonais. No canto superior direito, cruzamentos de linhas curvas e retas com formação de círculos e retângulos. Ao centro, linhas curvas e retas. Na base, linhas retas verticais e horizontais (com e sem cruzamentos).

¹⁴ Justifica-se o recorte analítico pelos aspectos icônicos porque se compreende, nessa pesquisa, que partimos de um objeto específico: o espaço *Officina*. No entanto, nosso percurso parte justamente das relações de primeiridade em nosso objeto.

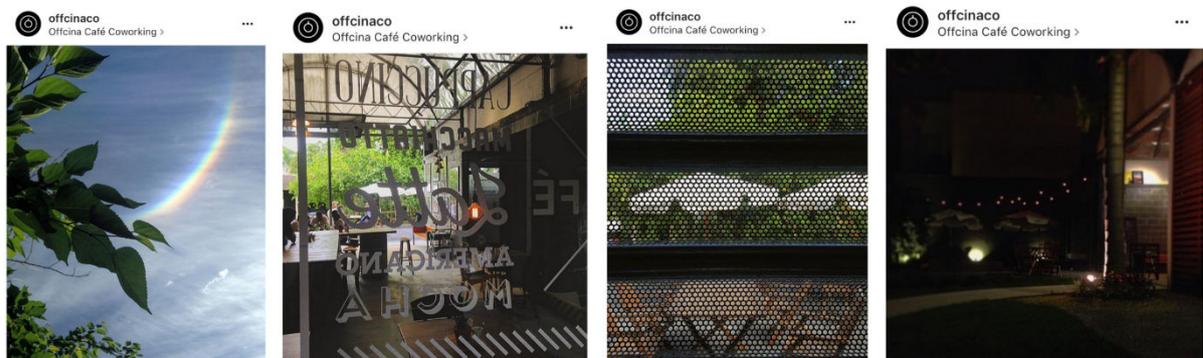
Figura 14 – Elementos de composição: linhas e direções (painel semiótico 1)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A sensação de profundidade também é muito presente nas imagens e cria contrastes entre elementos por proximidade e afastamento, assim como contrastes de intensidade de cor, que vão do translúcido ao chapado e de tons muito intensos a outros mais esmaecidos. A figura a seguir apresenta um rearranjo de algumas imagens do painel semiótico para destaque dos contrastes de intensidade cromática.

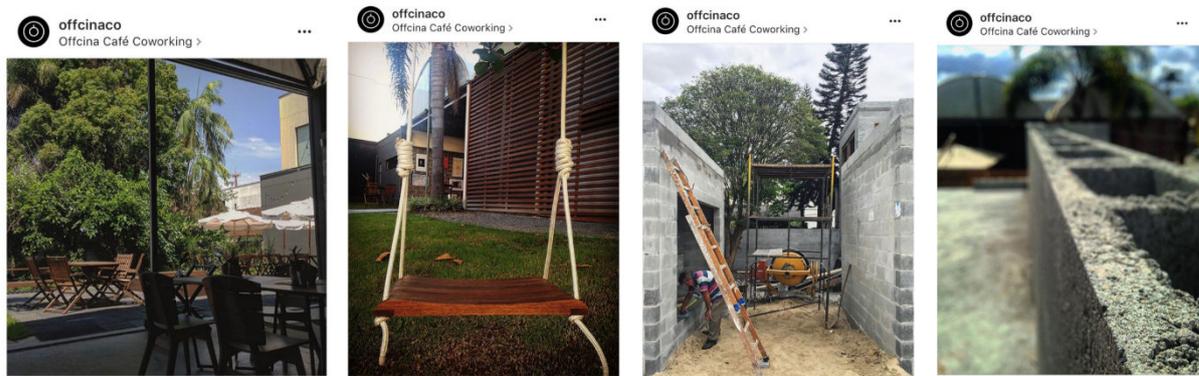
Figura 15 - Elementos de composição: intensidade cromática (painel semiótico 1)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Destacam-se, ainda, texturas que vão do liso ao áspero. A figura a seguir apresenta um rearranjo de algumas imagens do painel semiótico para destaque de texturas.

Figura 16 - Elementos de composição: texturas (painel semiótico 1)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Como observa Santaella (2012b, p. 89), estas sensações, quando descritas em linguagem verbal, lamentavelmente, “perdem o sabor da mera apreensão sensorial que é mais coetânea com o universo das qualidades visuais”. Por conta disto, tal exercício pode parecer exaustivo, mas é um importante passo no sentido de compreender o processo de abstração das imagens.

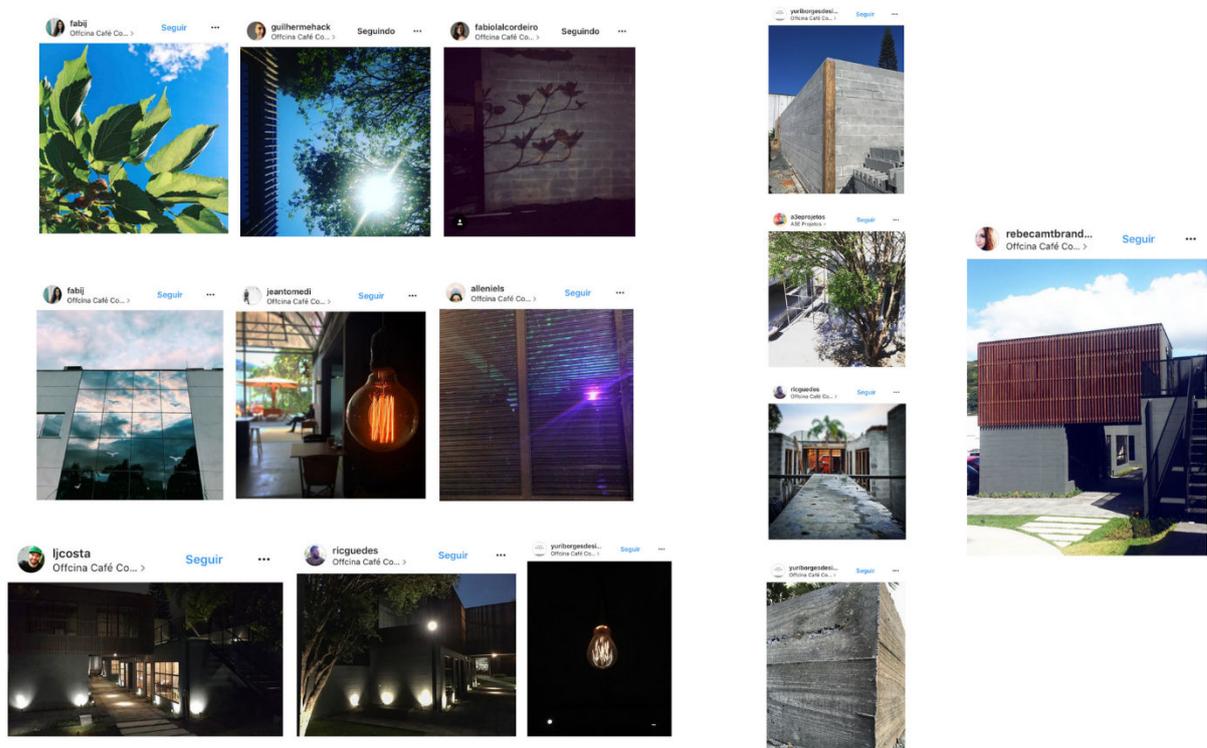
Passando do aspecto das qualidades para o da existência fenomênica – buscando, portanto, atentar para os aspectos singulares-indiciais presentes nas imagens – é importante lembrar que o que se está analisando não é o *Officina Café & Coworking* em si, mas as representações (registros fotográficos) deste espaço e, sendo assim, muitos de seus aspectos originais não são possíveis de apreender ou são modificados pelo processo de representação, além do que há o surgimento de aspectos que são característicos da representação em si e não do espaço (cortes, ângulos, enquadramento). Nestas imagens não é possível apreender a dimensão original do empreendimento, muito menos seu ambiente mais amplo de inserção. Ainda assim, os elementos sensoriais identificados nas imagens oferecem uma série de sugestões sobre o espaço real do *Officina Café & Coworking* e o que o conjunto parece emanar é uma ambiência feita de antagonismos, visto que nas imagens se contrastam dia e noite, luz e sombra, fora e dentro, aberto e fechado, orgânico e inorgânico, natural e construído.

Já no que diz respeito aos aspectos representativos-simbólicos, pode-se afirmar que, em sua aparência, tem-se um espaço construído no qual a rigidez das estruturas se mescla à delicadeza das plantas e o etéreo do céu e das nuvens que estão em seu entorno. O lugar também parece convidar para a ação. Por exemplo, o balanço convida ao movimento, assim como a parede vazia convida ao seu preenchimento e as cadeiras em torno das mesas convidam ao encontro. As áreas internas com estruturas simples e grandes aberturas, por sua vez, convidam à liberdade orgânica do exterior. Além disso, este parece ser um lugar no qual

se pode estar seja dia ou seja noite. Por fim, este é um lugar que parece estar em crescimento, pois mereceu uma expansão estrutural, como indicam especificamente as imagens da coluna vertical à direita do painel.

No que diz respeito à visão dos frequentadores sobre os ambientes do *Offcina Café & Coworking*, os registros coletados (treze no total) não permitiram que se elaborasse um passeio virtual pelos espaços do empreendimento. Ainda assim, as imagens foram organizadas de acordo com a mesma lógica cartográfica utilizada no painel semiótico 01, como se pode observar a seguir:

Painel semiótico 2 – Ambiência (frequentadores)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

As três imagens da primeira linha mostram uma sequência que vai do registro da natureza do entorno (amoreira contra o céu), passando pela relação entre a natureza e o empreendimento (parte do prédio novo ao lado de árvore sob o céu azul e o sol) e vai até o destaque para a estrutura, na qual se projeta a sombra dos galhos de uma árvore. Aqui também se nota, portanto, a relação entre natural e construído.

Figura 17 – Recorte linha 01 (painel semiótico 2)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A segunda linha de imagens, por sua vez, destaca relações de luz e sombra, dia e noite, aberto e fechado e dentro e fora, que também são destacadas no painel anterior. O primeiro registro é do prédio vizinho ao *Officina Café & Coworking* pelo lado do estacionamento, em cujo painel de vidros espelhados é possível ver refletido um céu carregado de nuvens. A segunda imagem é um registro de dentro para fora da área interna do café, num dia de sol, com destaque para a luz emitida pela resistência de uma lâmpada contra a parede escura de fundo. Já a terceira imagem é um registro noturno, de fora para dentro da área interna do café, na qual, por detrás da porta de enrolar fechada, é possível ver luzes artificiais.

Figura 18 – Recorte linha 02 (painel semiótico 2)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

As duas primeiras imagens da terceira linha do painel dão destaque para a silhueta do novo prédio do empreendimento, iluminada por lâmpadas externas e internas, no período

noturno. Na terceira imagem, mais uma vez, destaque para a luz de uma lâmpada contra um fundo escuro. O destaque aqui fica para a relação entre luz e sombra e fora e dentro.

Figura 19 – Recorte linha 03 (painel semiótico 2)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Este painel também é finalizado com uma coluna de imagens na extremidade direita e estas também destacam a expansão da área construída do empreendimento, assim como no painel 01. A diferença principal está na última imagem, isolada, mais à direita, que, pela primeira vez, permite ao leitor contemplar a obra de expansão do empreendimento depois de finalizada. A sequência inicia com um registro de baixo para cima mostrando o contraste da parede de cimento com o azul do céu. A seguir, em plano mais amplo e de cima para baixo, a imagem mostra, mais uma vez, a relação entre a estrutura e a natureza, mostrando, lado a lado, o prédio em construção e uma grande árvore num dia ensolarado (assim como as imagens da primeira linha horizontal do mesmo painel). Já a terceira imagem acompanha a proposta das imagens da segunda linha horizontal do painel, destacando, na construção em andamento, luz e sombra e dentro e fora. A quarta imagem, por sua vez, é um detalhe da estrutura, dando destaque a seu aspecto cru, assim como a imagem do bloco de cimento pré-moldado apresentado no início da coluna de imagens do painel semiótico 01. A última imagem destaca contrastes de linhas, cores e texturas presentes no prédio recém construído em sua relação com o terreno.

Figura 20 – Rearranjo da linha vertical (painel semiótico 2)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

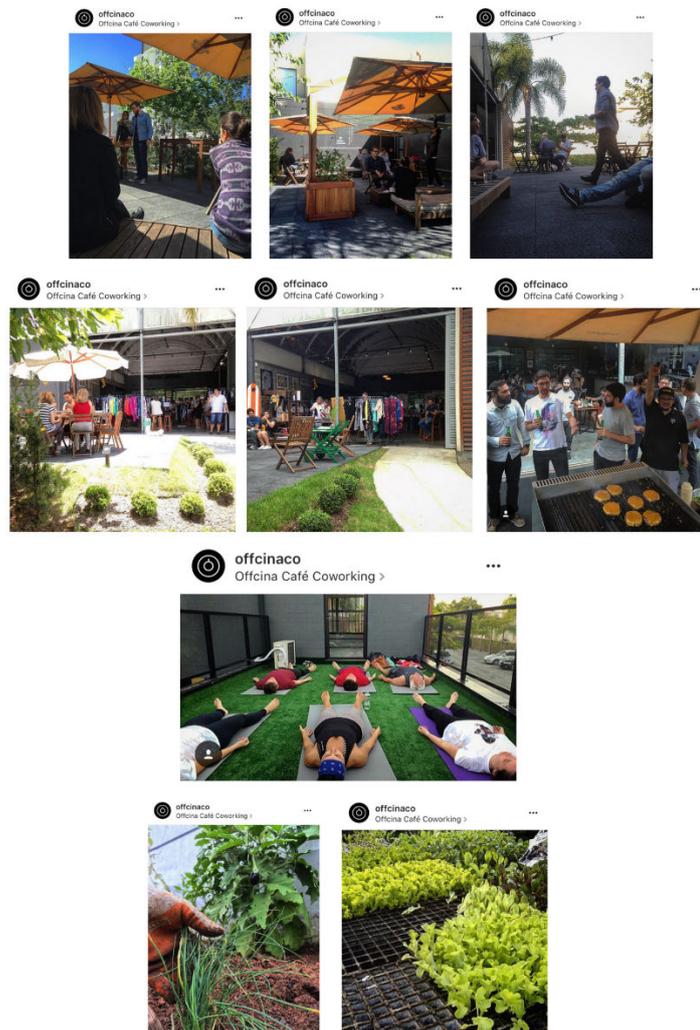
Tem-se, assim, que, a seu modo, os frequentadores compartilham de uma série de percepções sensoriais a respeito da estrutura do empreendimento e seu entorno.

5.2 SECUNDIDADE: RELAÇÕES DO *OFFCINA CAFÉ & COWORKING*

Entrando na secundidade, o que se passa a destacar são as relações de uso dos diferentes espaços do empreendimento por seus frequentadores. Assim, em vez de organizar os registros de modo a oferecer para o leitor um percurso visual-cartográfico, permitindo conhecer o local estudado, como foi feito na etapa anterior de descrição e análise, agora a intenção é apresentar as relações que se constroem entre as pessoas e cada um destes espaços. Os painéis ainda guardam uma perspectiva cartográfica, visto que são agrupados por ambiente, mas, além de a quantidade de registros permitir a construção de vários painéis relativos a um mesmo ambiente (eis por que se pode falar em agrupamento de painéis), o que dá unidade a cada um deles são os aspectos singulares-indicativos presentes nas imagens. Neste sentido, é importante destacar que os registros, apesar de terem sido feitos por pessoas diferentes, partem dos mesmos elementos. Dito de outro modo, elementos compositivos dos espaços carregam memórias e significam dentro de um contexto esperado.

O painel semiótico 03 destaca atividades realizadas no *lounge* e outras áreas externas do *Officina Café & Coworking*, como se mostra a seguir:

Painel semiótico 3 – Atividades na área externa (*Offcina*)

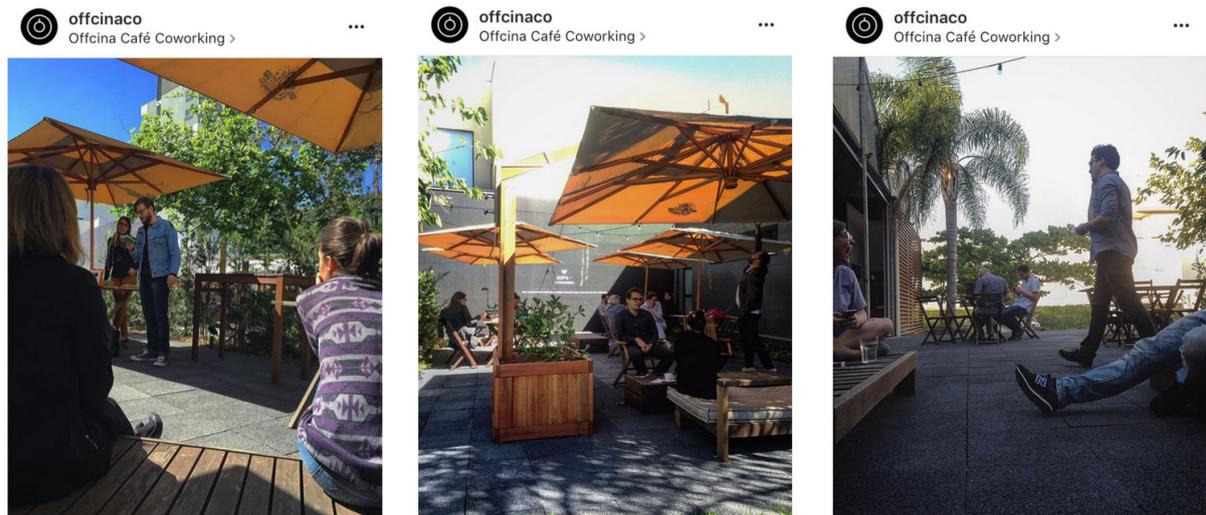


Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Em termos da descrição visual-cartográfica, a primeira linha do painel apresenta registros de uso da área do *lounge* externo do café, enquanto a segunda mostra esta mesma área numa integração de uso com a área interna do café. Já as duas linhas seguintes destacam espaços até então desconhecidos ao leitor. Primeiro, o terraço do lado esquerdo da construção mais recente feita ao lado e para trás da área do *lounge* externo; segundo, uma horta.

No que tange à análise semiótica, ao se dar enfoque aos aspectos singulares-indicativos, o destaque fica para os índices contidos nas imagens, os quais permitem apontar para o tipo de relação que as pessoas constroem com os espaços do *Offcina Café & Coworking*. A figura a seguir é um recorte da primeira linha do painel em que se destaca o aspecto de ‘lugar de estar’:

Figura 21 - Estar no *lounge* (Painel semiótico 03)

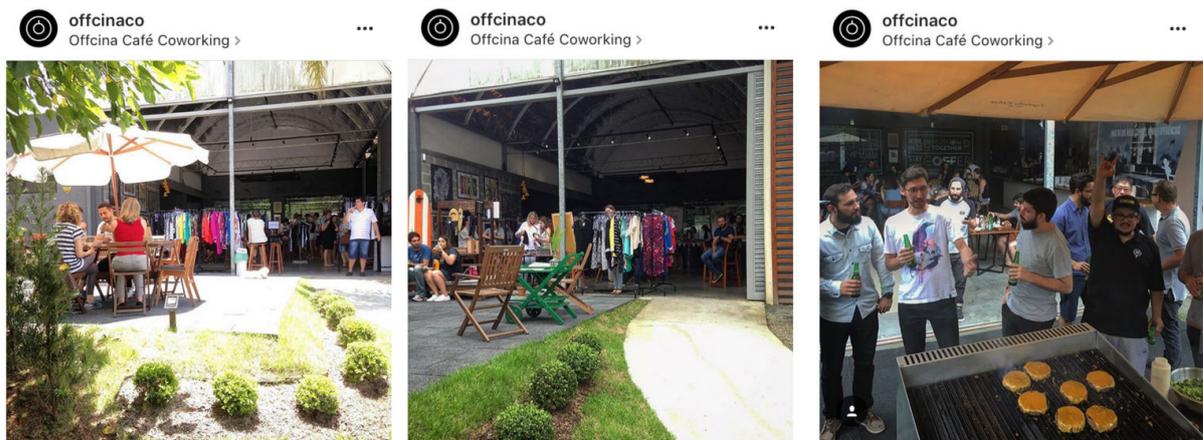


Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Na primeira imagem, a posição das pessoas sentadas indica atenção à pessoa que está em pé, mais ao fundo da imagem, a qual parece estar fazendo a leitura de alguma espécie de livro para os presentes. Já na segunda imagem é possível identificar várias pessoas sentadas em torno das mesas dispostas no espaço e suas posições indicam que estão interagindo com seus companheiros de mesa. Já na última imagem, ao fundo se nota duas pessoas sentadas próximas, mas cada uma parece estar entretida com algo pessoal. Em destaque, mais ao centro, uma pessoa caminha em direção à área interna do café. Na porção inferior da imagem vê-se apenas um par de pernas que, pela disposição (uma semi-flexionada para o lado, a outra esticada e quase na horizontal) permitem supor que a pessoa está em um estado mais relaxado. Nota-se também que todos os registros foram feitos no período diurno.

A próxima linha de imagens já denota outros tipos de atividade que se realizam na área, como destaca o recorte do painel mostrado a seguir:

Figura 22 - Eventos no *lounge* / café (Painel semiótico 03)

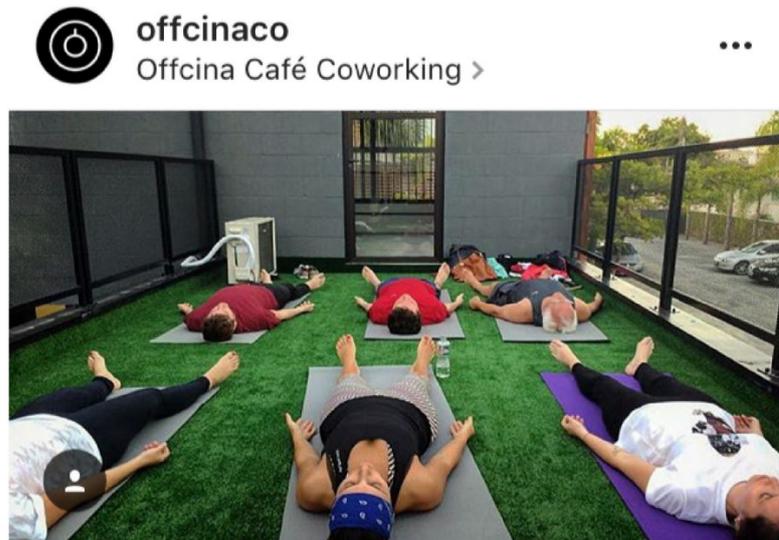


Fonte: dados da pesquisa, 2017.

As duas primeiras imagens possuem enquadramentos muito parecidos e mostram um evento que acontece na área interna do café se estende para o *lounge* externo. Vê-se pessoas que, pelas suas posições em relação umas às outras, parecem estar interagindo. Alguns elementos singulares como o *ombrelone* (presente na primeira imagem), o carrinho verde e a prancha de surfê (presentes na segunda imagem) e as araras de roupas (presentes em ambas as imagens) permitem deduzir que um mesmo tipo de evento ocorreu mais de uma vez no empreendimento e que está relacionado com roupas. Já a última imagem mostra um evento diferente, visto que o destaque está para uma grelha que se encontra no *lounge* externo, na qual parece haver algum tipo de comida sendo assada. Em torno do equipamento, três pessoas segurando garrafas interagem, enquanto uma quarta saúda a pessoa que está realizando o registro fotográfico. Outros grupos de pessoas, mais ao fundo, em pé na área externa ou sentadas no interior do café, também parecem estar interagindo, formando pequenos grupos. Os elementos singulares desta imagem permitem deduzir que acontece ali um evento relacionado à alimentação. Nota-se também que todos os registros foram feitos no período diurno.

Na sequência do painel, uma imagem isolada aponta para outro tipo de atividade de grupo que acontece no empreendimento, como mostra o recorte a seguir:

Figura 23 - Atividade física no terraço (Painel semiótico 03)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A quantidade de pessoas presentes no registro e seu posicionamento idêntico indicam que todas estão participando de um mesmo evento. Os tapetes sobre os quais todas as pessoas estão deitadas, bem como seus pés descalços, suas posturas relaxadas e suas roupas, sugerem que a atividade tem a ver com o corpo e que é mais meditativa e/ou relaxante. Nota-se também que todos os registros foram feitos no período diurno.

Por fim, diferentemente das demais imagens do painel, a última linha destaca relações com o plantio de alimentos e o único elemento humano presente é uma mão calçada de luva, como mostra o recorte a seguir:

Figura 24 – Horta (painel semiótico 03).

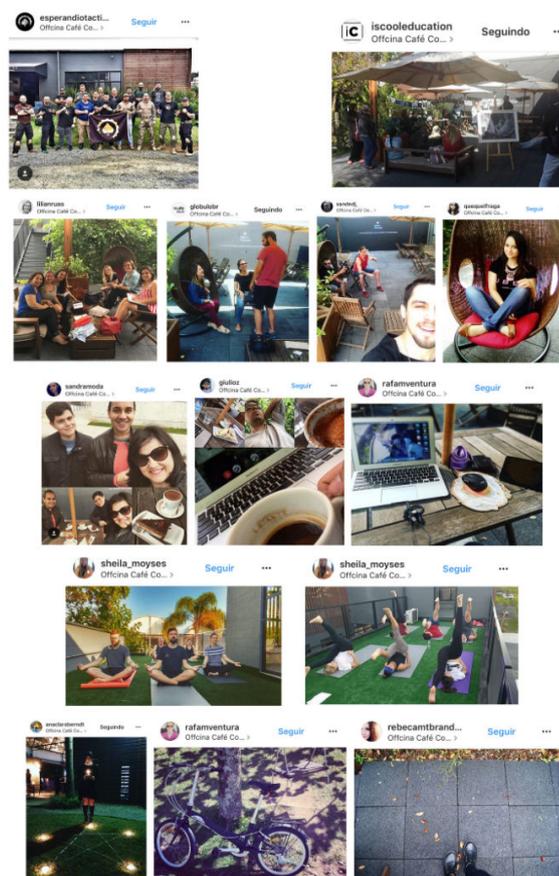


Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Na primeira imagem, em destaque, uma mão calçada com luva com resíduos de terra toca com delicadeza o que a cor, formato e quantidade de folhas indica ser um maço de cebolinhas. Mais ao centro, pode-se perceber terra escura revirada e, ao fundo, as folhas de um arbusto em meio ao qual se destaca uma pequena protuberância muito escura e lustrosa, indicando que ali está plantado um pé de berinjela. No conjunto, a imagem indica que há alguma espécie de horta no empreendimento. Na imagem seguinte, a série de pequenas folhas verde amareladas enfileiradas em pequenos orifícios de uma estrutura quadriculada, indica um tabuleiro de mudas do que parecem ser vegetais folhosos como rúculas e alfaces, reforçando a ideia da horta.

No seu conjunto, as imagens do painel semiótico 03 indicam que o *Offcina Café & Coworking* é um lugar de estar e que abriga eventos (moda e gastronomia) que não estão diretamente ligados a um espaço compartilhado de trabalho e realização de atividades físicas, além de oferecer um espaço de cultivo de alimentos. Neste sentido, o painel a seguir, elaborado a partir dos registros dos frequentadores do empreendimento, permite confirmar estas inferências e ainda extrair algumas outras.

Painel semiótico 4 - Atividades na área externa (Frequentadores)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Destaca-se, na primeira linha de imagens, no canto esquerdo, uma área que só havia sido vista no primeiro painel semiótico, mas num enquadramento diferente, que não permitia observar como se estrutura a entrada do espaço de *coworking*, mas apenas vislumbrar sua posição em relação ao terreno. Esta imagem não se refere ao *lounge* externo, mas foi incluída no painel por destacar uma relação dos frequentadores com uma área de espaços aberto que, em vista do *corpus*, parece ser pouco utilizada para além de um espaço de trânsito. A figura a seguir dá destaque à linha de imagens em questão:

Figura 25 – Eventos na área externa / *lounge* (painel semiótico 04)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

O posicionamento, o porte físico e os rostos sorridentes das pessoas, a bandeira ao centro com um símbolo que se repete em algumas camisetas indicam que a intenção da imagem à esquerda foi registrar algum tipo de encontro de um grupo específico. Já a imagem à direita indica o registro de algum tipo de evento relacionado a imagens e realizado no *lounge* externo. Ao redor do espaço há uma série de pequenas imagens que aparentam estar suspensas por uma espécie de fio e na metade direita da imagem destaca-se um cavalete suportando uma imagem em maiores dimensões. Atrás deste cavalete, um homem aparece de pé e várias pessoas presentes no espaço, sentadas ou de pé, parecem estar com sua atenção voltada a ele. Estas imagens reforçam a ideia da área externa como um espaço para eventos e sugerem que, além de moda e gastronomia, fotografia e ainda outras questões são temas discutidos ali. Nota-se também que todos os registros foram feitos no período diurno.

A linha de imagens que aparece a seguir no painel, destacada na figura a seguir, confirma o *lounge* externo como lugar de estar. Pessoas agrupadas e/ou em poses relaxadas e rostos sorridentes ratificam o uso do espaço como área para encontro e descontração:

Figura 26 - Estar no *lounge* (painel semiótico 04)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Resgatando uma questão relativa à cartografia do espaço, na imagem mais à esquerda destaca-se a escadaria que dá acesso aos terraços no prédio recém construído. Nota-se também que todos os registros foram feitos no período diurno.

A linha de imagens que se destaca na sequência, por sua vez, aponta usos não indicados nos registros da área feitos pelo *Officina Café & Coworking*. Além de lugar de encontro e relaxamento, o *lounge* externo também é local de alimentação e trabalho:

Figura 27 – *Lounge* externo como espaço multiuso (painel semiótico 04)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A linha de imagens que se destaca a seguir ratifica o uso do terraço para a prática de atividades físicas e meditativas:

Figura 28 - Atividade física no terraço (Painel semiótico 04)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A última linha de imagens do painel, destacada a seguir, é a mais heterogênea e mostra três diferentes relações entre a área externa do empreendimento e seus frequentadores:

Figura 29 – Outras relações (painel semiótico 04)



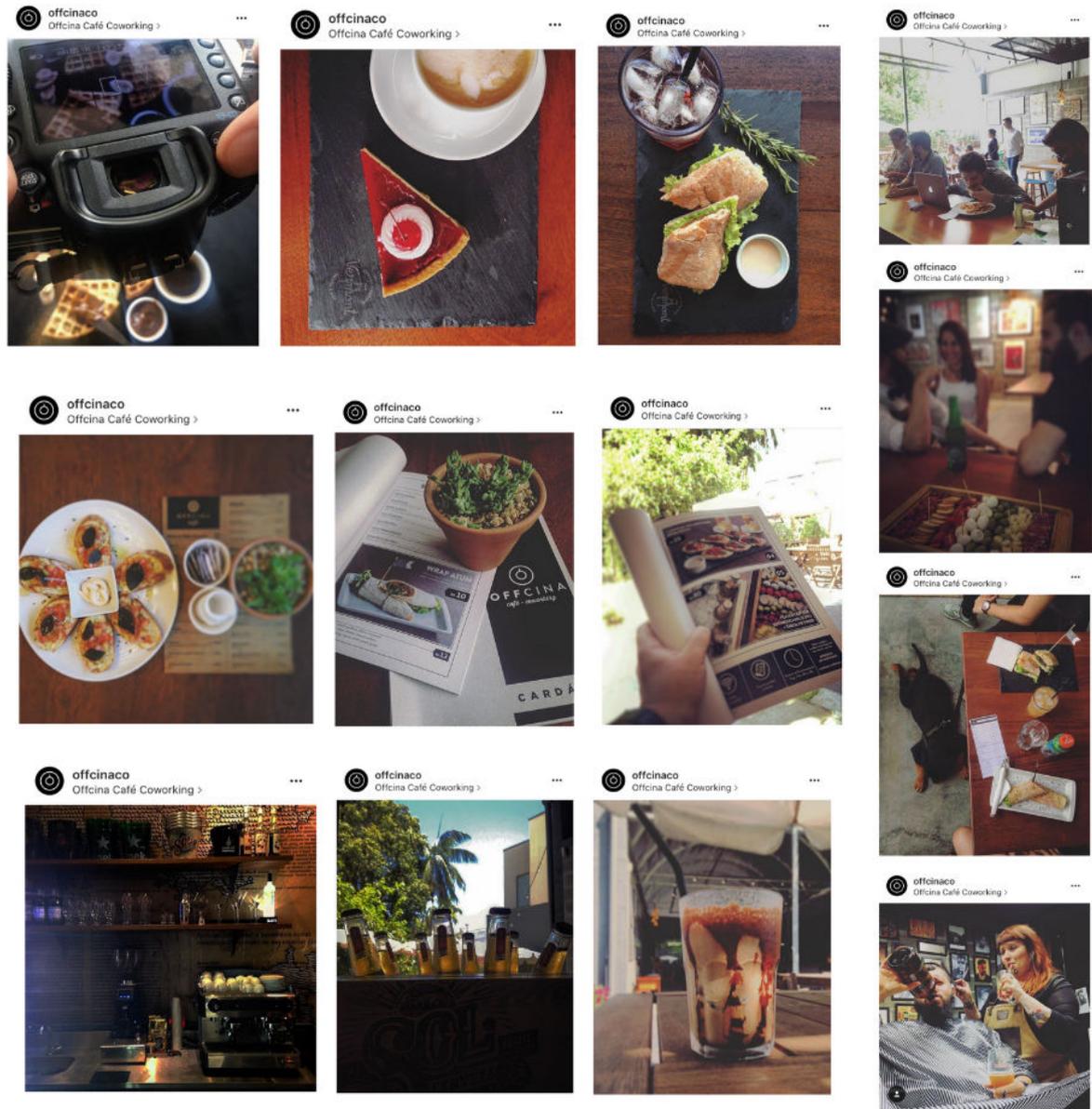
Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A imagem mais à esquerda, pela figura geométrica em destaque no gramado, pelos pontos de luz e pelas vestimentas e pose da pessoa retratada parece ser o registro de algum tipo de evento temático realizado no local, que ocorreu no período noturno, diferentemente da maior parte das atividades registradas. Já a imagem central dá destaque a uma bicicleta, possivelmente indicando que este foi o meio de locomoção de alguém para chegar até o espaço. Já a imagem à direita apresenta somente um par de pés sobre o piso quadriculado e granuloso da área do *lounge* externo. A intenção aqui parece mais contemplativa que de uso, buscando destacar a presença de alguém entre os contrastes de natural e construído percebidos na análise dos painéis 01 e 02 por conta dos efeitos de linhas, texturas e formas.

Apontadas as relações entre as imagens produzidas pelo *Offcina Café & Coworking* com aquelas produzidas pelos frequentadores no que diz respeito às atividades

realizadas na área externa do empreendimento, dando seguimento à proposta de descrição cartográfica e análise semiótica, o painel seguinte reúne registros da área interna do café (o qual se acessa a partir do *lounge* externo) destacando relações alimentares:

Painel semiótico 5 – Alimentação na área interna do café (*Offcina*)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A primeira linha de imagens do painel reúne registros que indicam um mesmo enquadramento e uma mesma intenção: dar destaque às opções de comida e bebida oferecidas no espaço do café. O recorte a seguir destaca estas imagens:

Figura 30 - Opções de comida e bebida do café (painel semiótico 05)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

O elemento em destaque na primeira imagem, pelo formato, cor e texturas que apresenta, indica o visor de uma câmara fotográfica digital, que aponta para os elementos que aparecem ao fundo da imagem. As formas, cores e disposição dos elementos de fundo indicam que se está fazendo o registro fotográfico de um alimento com opções de cobertura. As duas imagens seguintes, pelo tipo de enquadramento, indicam que são registros feitos pelo mesmo posicionamento de câmara mostrado na imagem anterior (de cima para baixo), mas, enquanto em uma imagem as formas, cores e texturas dos elementos apontam para uma fatia de torta doce e uma xícara de café, na outra o destaque é para uma bebida gelada e um sanduíche salgado com algum tipo de molho que lhe pode ser acrescido.

A segunda linha de imagens do painel reúne registros que indicam a mesma intenção das imagens anteriores, mostrar as opções oferecidas no espaço do café, mas a partir de um outro enfoque: o cardápio. O recorte a seguir destaca estas imagens:

Figura 31 - Destaques do cardápio: comida (painel semiótico 05)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A primeira imagem desta linha guarda uma relação forte com as imagens da anterior, pois mostra um prato de comida visto de cima para baixo. A diferença está no fato de que em segundo plano, do lado direito da imagem, encontra-se o que, pelo formato retangular e pela disposição simétrica dos borrões mais escuros que aparecem sobre o fundo pardo, aparenta ser um cardápio simples, de uma única página. Já as duas imagens seguintes, apesar de também poderem ser relacionadas a um cardápio, possuem formas e texturas idênticas entre si, mas diferentes da primeira imagem. Agora o elemento registrado, primeiro sobre a mesa, supondo que sejam, pela disposição, um mesmo documento e, depois, sendo segurado por uma mão, apresenta, além de imagens coloridas de comida junto a pequenos textos, múltiplas páginas.

No recorte seguinte o destaque está nas bebidas, como se pode observar na figura:

Figura 32 - Destaques do cardápio: comida (painel semiótico 05)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

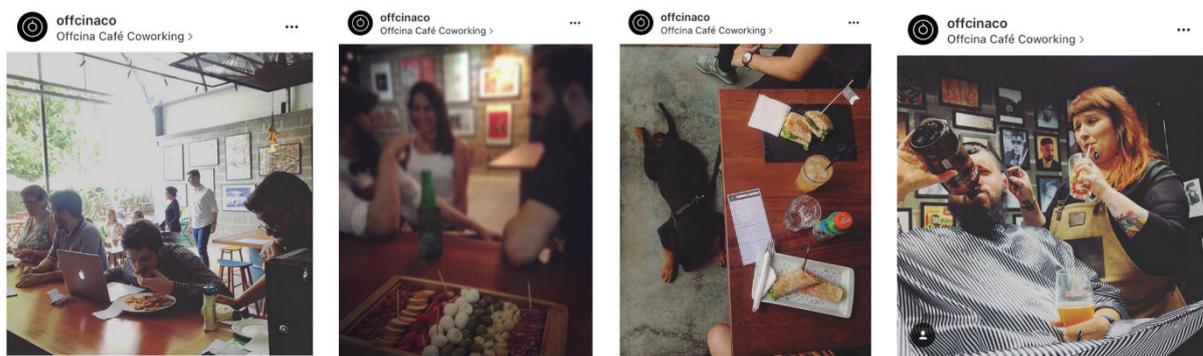
A primeira imagem mostra um espaço até então desconhecido do leitor: a área de serviço do café. Nela, os contornos e texturas apontam, no canto inferior direito, para a máquina de café, em cuja parte superior se encontram xícaras e pires e, mais à esquerda no balcão, o que, pelos contornos, parecem ser um pacote de café, um moedor de grãos de café e uma cuba com torneira. Na metade superior da imagem, elementos relacionados a outros tipos de bebida, como taças, garrafas, coqueteleira e baldes de gelo com marcas¹⁵, que se encontram dispostos em uma prateleira afixada sobre uma parede com elementos decorativos

¹⁵ É possível perceber a presença de algumas marcas nas imagens deste painel, entretanto, elas não foram consideradas neste ponto da análise, que visa extrair apenas elementos singulares-indicativos relativos ao espaço do café.

de fundo. Da segunda imagem só é possível extrair indicações do que aparece registrado em seus dois terços superiores. Mais ao centro, as formas e cores indicam a existência de um conjunto de garrafas de vidro com tampa de metal cujo conteúdo se pode presumir ser cerveja. Mais ao fundo, o terço superior da imagem dá destaque para o exterior, mais iluminado e com a presença de natureza, indicada pela textura de folhas dos elementos em verde. A última imagem da linha destoa em relação à proposta visual-cartográfica, pois não é um registro feito a partir da área interna do café, o que está indicado pelas linhas curvas que caracterizam a estrutura do teto da parte interna e a forma e textura do elemento de cor clara mais acima, que sugere ser uma aba de *ombrelone*, elemento existente somente na parte externa do empreendimento. Entretanto, permanece sua relação com as opções de bebida oferecidas pelo café, visto que sua área de serviço (e, portanto, preparação) é interna e a imagem mostra um copo de algum tipo de bebida que começava a ser consumida no *lounge* externo.

A linha vertical de imagens do painel foi rearranjada na figura a seguir e destaca as relações das pessoas com as opções de comida e bebida oferecidas pelo espaço:

Figura 33 – Momentos para aproveitar as opções do café (rearranjo - painel semiótico 05)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A primeira imagem, como na linha anterior, mostrar um espaço específico até então ainda não apresentado ao leitor: o balcão de atendimento do café. Nele, ao centro, destaca-se uma pessoa que morde um pedaço de comida enquanto tem um computador portátil aberto diante de si. Ao seu lado direito, outra pessoa está mordendo um pedaço de comida, enquanto do lado esquerdo duas pessoas parecem estar conversando e ao fundo há pessoas também realizando outros tipos de atividades. Na segunda imagem, também registrada a partir do balcão de atendimento do café, o destaque fica para o terço inferior, no qual é possível ver diferentes alimentos em pequenas proporções, dispostos lado a lado. Os

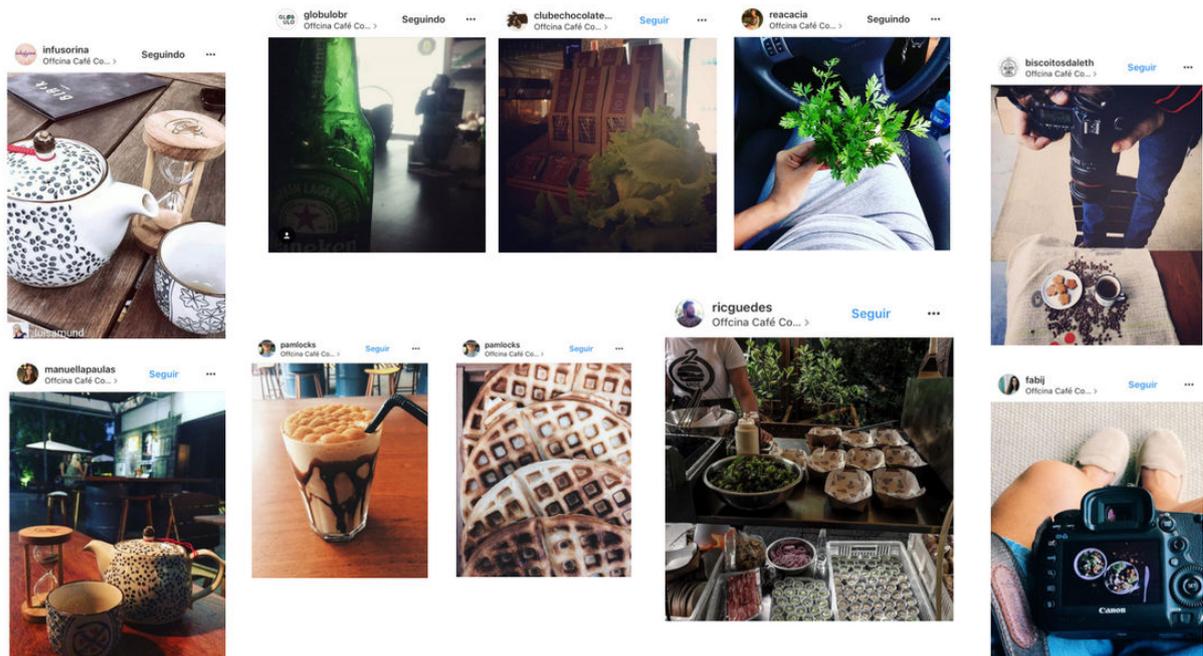
outros dois terços da imagem aparecem desfocados, mas é possível perceber três pessoas próximas ao prato, voltadas umas para as outras e os contornos de uma garrafa de cor verde mais ao longe no balcão.

A terceira imagem repete um padrão já visto: um registro feito de cima para baixo, mas ali a imagem se divide verticalmente entre a parte direita, que registra o que parecem ser duas pessoas sentadas (braços e/ou pernas aparentes na parte superior e inferior da metade direita) em cada ponta de uma mesa na qual foram colocados dois lanches salgados e duas bebidas, e a parte esquerda, que destaca o chão do ambiente e, deitado sobre ele, um animal pequeno preso a uma guia. A última imagem do recorte, como ocorreu na outra linha de imagens analisada, destoa em relação à proposta visual-cartográfica, pois não é um registro feito a partir da área interna do café, o que está indicado pela parede de fundo preenchida com retratos, o avental tanto da mulher quanto do homem que aparecem na imagem e o pente e a tesoura que a mulher segura na mão que se encontra junto à cabeça do homem, sugerindo um salão de beleza ou barbearia. Entretanto, permanece em destaque na imagem a relação das pessoas com as opções do cardápio oferecido para consumo, visto que o homem segura, com uma mão, um copo com uma bebida amarela com uma fina camada branca por cima e, com a outra, leva à boca uma garrafa de cor âmbar, sugerindo que está bebendo uma cerveja. Já a mulher tem na mão um copo do qual ela bebe o líquido contido por meio de um canudo que se encontra à boca.

Todas estas indicações permitem inferir que o *Offcina Café & Coworking* valoriza seu café, buscando oferecer um cardápio variado de opções de refeições rápidas e petiscos, com comidas doces e salgadas, e oferece também bebidas quentes e geladas, alcoólicas ou não, para consumo durante o trabalho ou em momentos de maior descontração. Além disso, a presença do cachorro indica que o espaço tolera animais de estimação.

Dois painéis elaborados a partir dos registros dos frequentadores do empreendimento permitem confirmar parte destas inferências e destacam o que, das opções disponíveis no cardápio oferecido pelo empreendimento, é realmente a preferência de quem consome no café.

Painel semiótico 6 - Alimentação na área interna do café (Frequentadores)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Apesar de haver imagens com indícios do espaço em que foram feitos os registros, o destaque do painel, em termos de sua relação representativo-simbólica com os registros feitos pelo *Officina Café & Coworking*, está nos itens de alimentação em si. A linha vertical mais à esquerda, em vista do formato dos itens (bule e caneca) e da presença de uma ampulheta, conforme se pode observar em mais detalhes na figura a seguir, indica a existência, no cardápio, de uma bebida que não tinha sido identificada até então: chá e/ou infusão.

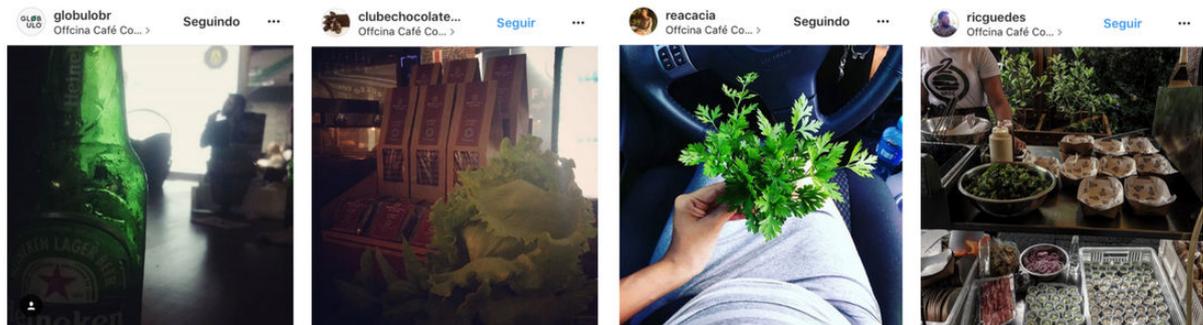
Figura 34 – Chá ou infusão (painel semiótico 06)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A primeira linha horizontal ao centro destaca, à esquerda, uma garrafa de mesmo tipo daquelas identificadas no painel anterior, entretanto, de cor diferente, sugerindo a existência de diferentes marcas de cerveja no cardápio e reforçando a presença deste item, enquanto a imagem seguinte mostra um agrupamento de algum tipo de embalagem de alimento que, pelas cores e traços que apresenta, não parece ser algo produzido pelo espaço do café, mas apenas comercializado ali. Em contrapartida, a cabeça de alface remete à cultura de alimentos feita no local, mas não permite saber se o vegetal é ou não produto da horta e se está à venda ou não, da mesma forma, o ramo de salsinhas na mão da pessoa que está sentada dentro de um automóvel pode indicar que o tempero veio da horta do empreendimento. Por fim, o balcão repleto de ingredientes para elaborar o que parece um lanche, em vista de sua alocação no *lounge* externo (nota-se, ao fundo, a folhagem dentro de um cachepô e a parede de arbustos, elementos que compõe a área externa) dão a entender que estes alimentos não estão presentes diariamente no local, sugerindo que o registro é de algum evento gastronômico específico. O recorte a seguir dá destaque a estas imagens:

Figura 35 – Outras opções (painel semiótico 06)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A segunda linha horizontal ao centro mostra dois itens do cardápio que o empreendimento também destaca, o que se pode afirmar por conta das semelhanças de formas e cores no comparativo das imagens apresentadas nos painéis 05 e 06, como mostra a figura a seguir (as imagens reduzidas sobrepostas são do painel 05 e foram inseridas para facilitar a comparação visual):

Figura 36 – No cardápio e em destaque pelos usuários (painel semiótico 06)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A linha vertical de imagens mais à direita, por sua vez, conforme destaca a figura a seguir, mostra uma atividade relacionada à alimentação que aparece também no painel 05 (possível de observar no detalhe da imagem à direita na Figura 35, logo acima) e que não implica em se alimentar, mas fazer registros de alimentos. Entretanto, não há indícios para afirmar que os alimentos que estavam sendo registrados fazem ou não parte do cardápio do café.

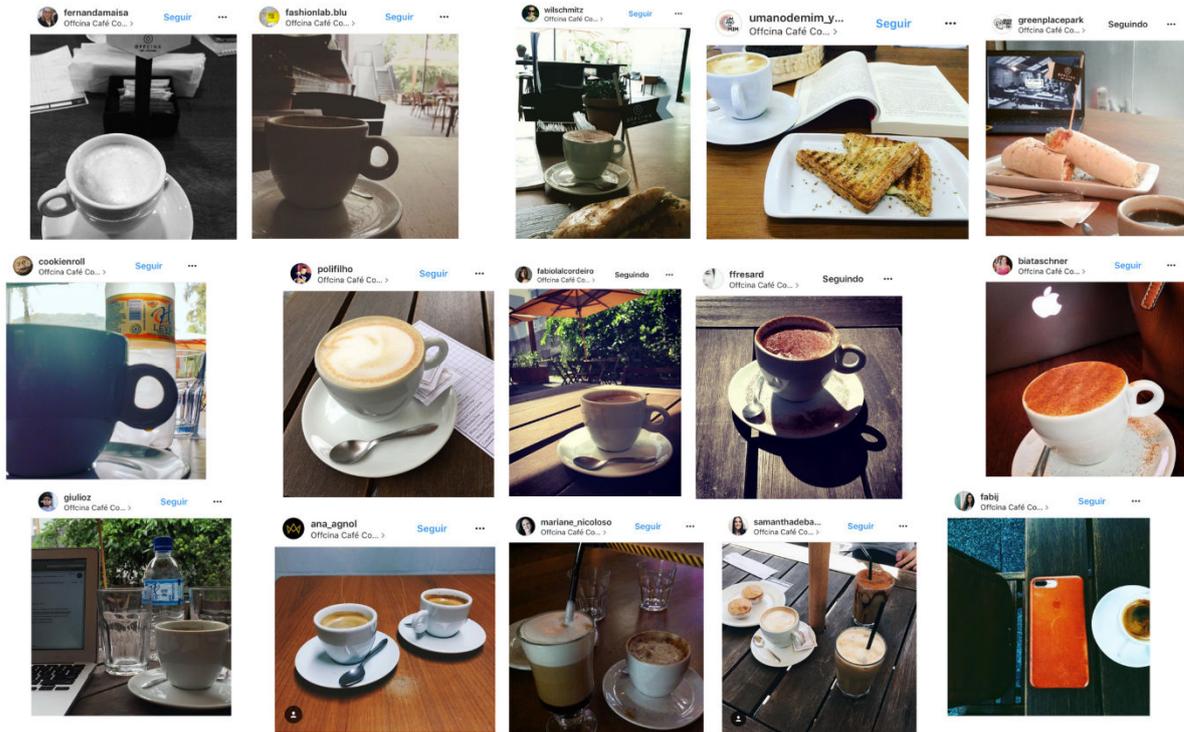
Figura 37 – Fotografia de comida (painel semiótico 06)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

O painel que se apresenta a seguir também não destaca nenhum aspecto cartográfico importante, mas aponta para um item fundamental do cardápio e que aparenta ser muito importante para os frequentadores do *Offcina Café & Coworking*: o café espresso.

Painel semiótico 7 – Café (frequentadores)

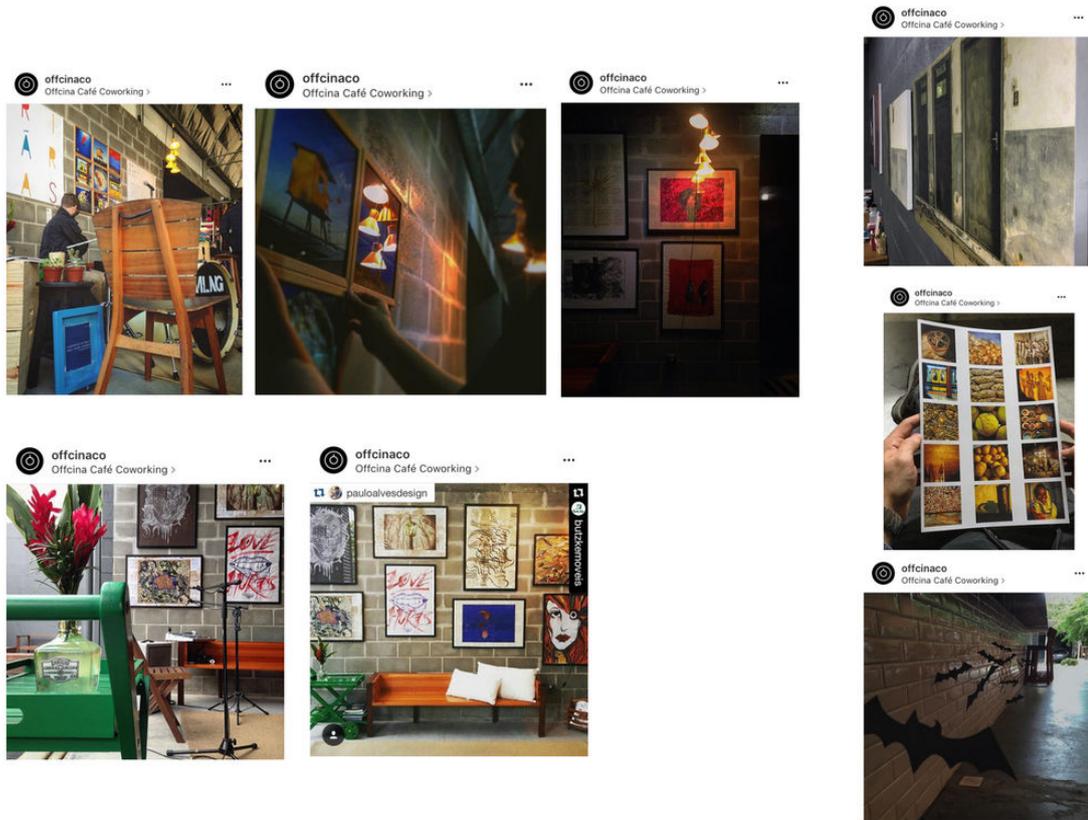


Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Seja sozinho, acompanhado de comida, de água, de outras pessoas, de equipamentos eletrônicos, seja consumido no *lounge* externo, na área do café ou na mesa de trabalho, o café parece ser um elemento de grande importância para os frequentadores.

Apresentadas as relações básicas das pessoas com a área do café, que se entende como uma área para alimentação, os painéis que serão apresentados a seguir demonstram que este é um espaço que serve a muitos propósitos. Os dois primeiros destacam relações artísticas e os seguintes, usos relacionados à trabalho, interação, aprendizado e entretenimento.

Painel semiótico 8 – Arte e cultura no café (*Offcina*)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Cartograficamente, a região em destaque no painel é a parede lateral da área do café, oposta à área de serviço e atendimento. Ambas as linhas horizontais à esquerda do painel mostram registros de conjuntos de quadros diferentes expostos sobre a parede sem reboco. A primeira imagem de cada linha também apresenta elementos relacionados à música, como destaca o rearranjo de imagens a seguir:

Figura 38 – Arte com música (painel semiótico 08)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Na imagem à esquerda é possível entrever, na metade inferior direita, o que aparenta ser parte de um instrumento de percussão, enquanto que na imagem à direita é possível ver, na metade direita da imagem, dois pedestais de microfones e, mais ao fundo uma caixa de som.

Já a linha vertical mais à direita do painel destaca outros elementos, como se pode ver em mais detalhes no rearranjo que se apresenta a seguir:

Figura 39 – Outros registros (painel semiótico 08)

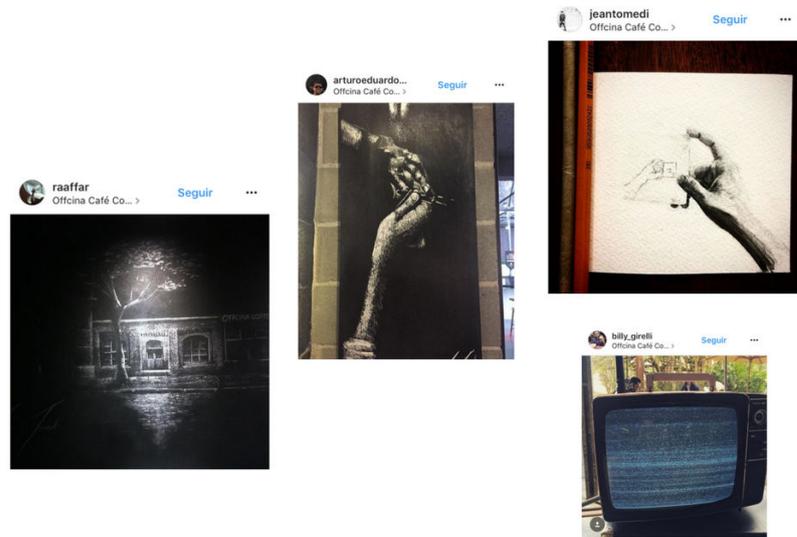


Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A imagem central é o registro de uma pessoa que, aparentemente, olha para um catálogo de imagens. A imagem mais à esquerda é um close de uma obra que está exposta numa das paredes do espaço de *coworking* (até agora não apresentado em nenhuma descrição cartográfica) e, à direita, o destaque é para a área abaixo do balcão de atendimento do café, decorada com pequenas silhuetas de morcegos, indicando algum evento temático.

Os registros indicam que o empreendimento reserva locais especificamente para apresentações e/ou exposições de artes plásticas e música e que esta é uma atividade secundária em termos de utilização dos espaços se comparado o volume de registros de atividades de outras natureza. Também é possível encontrar registros de elementos artísticos feitos pelos frequentadores, mas estes diferem bastante dos que foram apresentados no painel 08, conforme se pode observar a seguir:

Painel semiótico 9 – Arte e cultura (frequentadores)

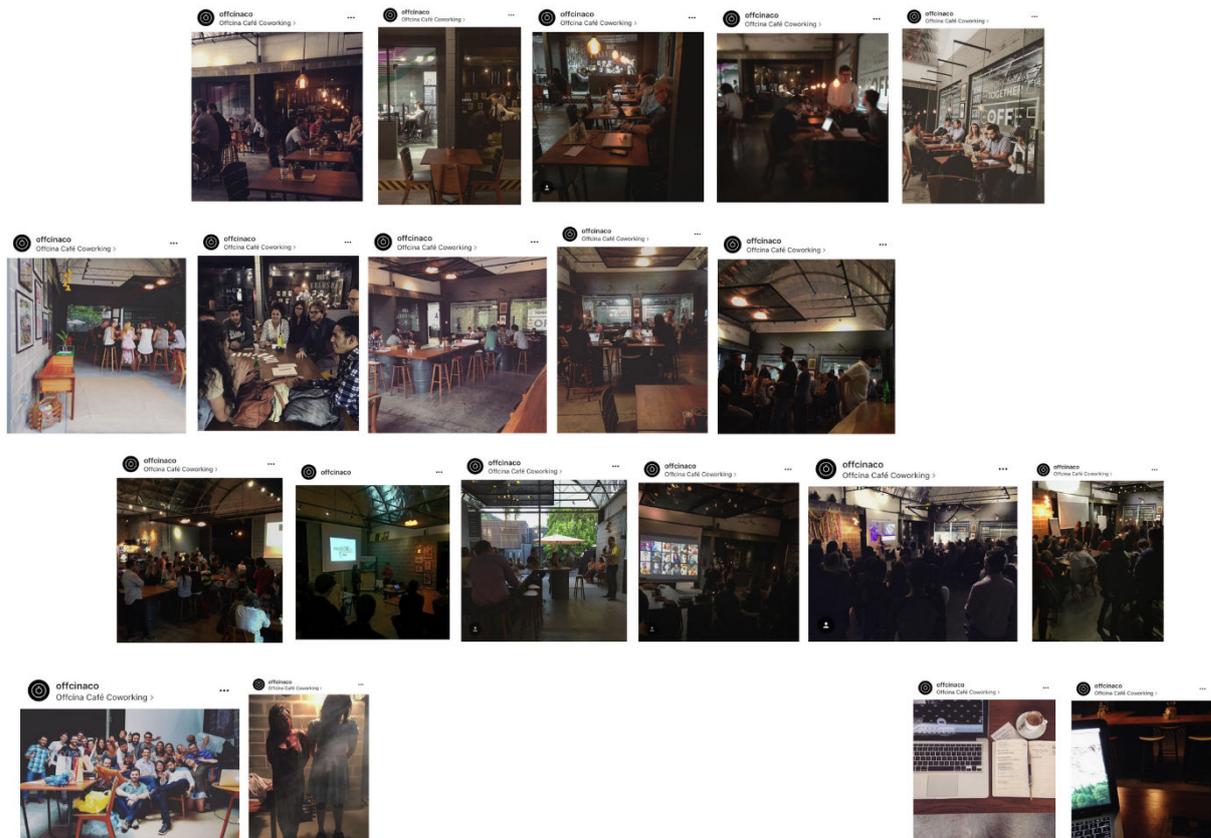


Fonte: dados da pesquisa, 2017.

O trio de imagens que preenchem a linha diagonal central do painel apresenta ilustrações que diferem bastante daquelas que se pode observar no painel 08, primeiro, porque a técnica em destaque é uma só: efeitos de luz e sombra, sendo que as cores básicas são o branco e o preto. Depois, porque praticamente não há indícios a respeito do espaço do empreendimento em que estas ilustrações foram fotografadas para permitir uma descrição cartográfica. A imagem no canto inferior direito, em contrapartida, também diferente das demais imagens que compõem o painel, permite identificar que o televisor, que se encontra ligado, mas sem recepção de sinal, está entre o espaço do café e o *lounge* externo. Para os frequentadores, portanto, algumas intervenções artísticas chamam a atenção, mas não se percebe, pelos registros, a construção de uma relação forte entre elas e os espaços onde acontecem.

Os painéis que são descritos e analisados a partir de agora dão destaque às demais atividades que as pessoas costumam realizar no espaço do café. O primeiro deles, composto com registros feitos pelo *Officina Café & Coworking*, é apresentado a seguir:

Painel semiótico 10 - Interagindo, trabalhando, aprendendo e se divertindo no café (*Offcina*)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

O painel é constituído de quatro linhas de imagens e as três primeiras seguem uma mesma organização cartográfica, baseada na posição dos autores dos registros em relação ao espaço, de modo a criar percursos visuais que vão de um lado a outro em torno da área. A primeira linha destaca o uso das mesas do café, como se pode ver em maior destaque na figura:

Figura 40 – Trabalhando e interagindo nas mesas do café (painel semiótico 10)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A imagem mais à esquerda registra o terço mais interior da área do café permitindo, pela posição do autor do registro, observar, ao fundo, os espaços de dois dos estúdios cujo acesso se dá a partir desta área. Nas mesas mais ao fundo, à direita e ao centro, as pessoas parecem interagir, enquanto as duas pessoas mais próximas, à esquerda, parecem estar prestando atenção em algo. A imagem seguinte mostra um plano mais fechado da área dos estúdios, permitindo observar, na porção esquerda, pessoas sentadas junto a computadores e, na metade direita, o que pela posição da pessoa sentada (mais bem iluminada) ao centro, parece ser uma barbearia.

A imagem que aparece na sequência registra toda a fila de mesas que perfaz o limite entre o café e a parede das salas de reunião (que se situam dentro do espaço de *coworking*). Nas quatro mesas que se pode observar, as pessoas estão sozinhas, junto a seus computadores, o que indica que provavelmente estão trabalhando. Ao fundo, o estúdio onde trabalha o barbeiro, no qual se pode perceber a parede lateral esquerda repleta de molduras e um sofá onde duas pessoas parecem esperar atendimento, enquanto outra está na cadeira que fica mais ao centro do estúdio. O registro seguinte permite observar na porção superior direita, as paredes de vidro decoradas das salas de reunião e, no momento do registro, as pessoas que utilizam as mesas parecem interagir e trabalhar. Ao fundo, o barbeiro também trabalha. A última imagem permite uma visualização ainda melhor das paredes de vidro das salas de reunião que perfazem o limite interior da área do café. Nas mesas, os comportamentos repetem o que já foi visto em outras imagens: pessoas concentradas junto a computadores, pessoas interagindo e algumas distraídas. A variação de iluminação percebida nas imagens indica que estas situações ocorrem tanto no período diurno quanto no noturno.

A segunda fileira de imagens do painel dá destaque ao uso da mesa comunitária que se situa na região central do espaço do café, como mostra o recorte a seguir:

Figura 41 – Mesa comunitária do café (painel semiótico 10)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A primeira imagem à esquerda enquadra o terço mais à esquerda da área do café, permitindo ver a parede que costuma receber as exposições de quadros e, mais ao fundo e à direita, a mesa comunitária cheia, com as pessoas interagindo entre si. Uma das paredes de vidro do interior do café reflete a vegetação e os *ombrelones* do *lounge* externo, enquanto a outra exhibe adesivos. Também é possível observar a estrutura metálica e curvada do teto do espaço. A segunda imagem foi registrada da lateral direita para a esquerda do café, dando enfoque à parte da mesa comunitária que fica mais para o interior do espaço e na qual é possível observar pedaços de papel organizados e, no seu entorno, uma série de pessoas que parecem prestar atenção na mulher que aparece no canto esquerdo da imagem e aparenta estar movendo as mãos.

A imagem central é a que melhor permite compreender o formato da mesa comunitária, que se parece com uma letra S. Também é possível identificar sua estrutura, tábuas de madeira sustentadas por latões e guarnecidas com bancos altos. O local a partir de onde foi feito o registro permite observar, ainda, a entrada de um estúdio até então não visto pelo leitor, entre o espaço da barbearia e as paredes das salas de reunião. Nesta imagem, em uma das pontas da mesa três pessoas interagem, enquanto que na outra ponta, um homem sozinho parece estar falando ao telefone enquanto tem papeis a sua frente. A região central da mesa comunitária se encontra vazia e as pessoas sentadas nas demais mesas do café interagem, exceto o homem sozinho no canto superior direito, que toma algo em uma xícara.

A quarta imagem é um registro feito a partir da porção mais externa do café em direção ao interior. Na mesa comunitária, duas pessoas sentadas junto à travessa central interagem e duas pessoas sentadas na ponta mais próxima parecem concentradas em algo que veem no computador. Ao fundo, as luzes acessas nas salas de reunião permitem ter uma ideia do espaço que existe depois das paredes de vidro. A quinta e última imagem da linha foi registrada a partir do balcão de atendimento do café em direção ao seu interior e permite ver, num plano mais próximo, bem à direita, um homem que parece falar com alguém que está atrás do balcão. Diante de si ele tem uma garrafa de vidro verde. Também num plano mais próximo, agora mais à esquerda, um homem parece falar enquanto o outro, recostado na mesa comunitária, o ouve com atenção. Mais ao fundo é possível perceber mais uma série de pessoas em torno da mesa, algumas sentadas, outras de pé e todas parecendo interagir, de forma descontraída, em pequenos grupos. O ambiente como um todo aparenta estar cheio. A variação de iluminação percebida nas imagens indica que estas situações ocorrem tanto no período diurno quanto no noturno.

A terceira linha de imagens no painel é destacada na figura seguinte e mostra um outro uso da área do café:

Figura 42 – Ensinando e aprendendo no café (painel semiótico 10)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A primeira imagem (à esquerda) oferece uma visão de dentro para fora do espaço, a partir da região mais próxima aos estúdios, permitindo observar, ao fundo, a área de serviço do café, com sua parede decorada e prateleiras (já vistos anteriormente), uma parede lisa cinza e um vão (entrada dos banheiros feminino e masculino). Uma das portas vazadas de correr que isolam o café da área exterior está aberta e a outra está fechada. Sobre a porta fechada, vê-se parte do que aparenta ser uma tela de projeção. A maior parte dos presentes, espalhados pelo espaço, de pé ou sentados, estão voltados para o ponto onde se dá a projeção. A segunda imagem remete à primeira, mas o registro parte do outro lado do café, perto do balcão de atendimento, e permite ver tudo o que há junto à porta de correr fechada: uma tela de projeção, algo que se parece com um banner e duas pessoas mais próximas a estes elementos, dando a impressão que estão fazendo algum tipo de explanação aos presentes. É possível ver poucas pessoas no espaço a partir do ângulo do registro, mas a maior parte delas está voltada para os oradores.

A imagem central é um registro de dentro para fora do espaço do café, feito na porção mais central do espaço, permitindo que se veja, ao fundo, mais à direita, a vegetação e a área do *lounge* e, mais à esquerda, o novo prédio com estúdios de trabalho e terraço. No canto direito, bem ao centro, um homem parece falar empunhando um microfone. Mais ao fundo, duas mulheres interagem sentadas no banco que fica abaixo da parede onde costumam ocorrer exposições de quadros (a parede está nua). Da porção central para a esquerda da imagem, é possível observar que as pessoas presentes no espaço voltam sua atenção ao orador.

A quarta imagem tem um enquadramento feito da porção mais central do café, a partir do balcão de atendimento e mostrando, portanto, ao fundo, os estúdios de trabalho. Na porção esquerda da imagem, a parede de vidro do estúdio está coberta por uma tela de

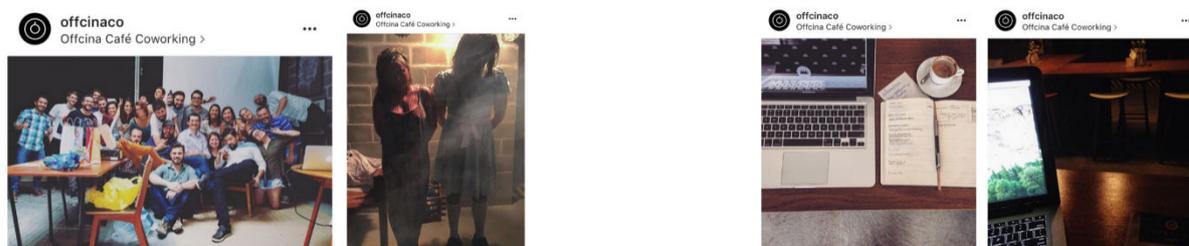
projeção que exhibe uma série de retratos. Nota-se a posição diferente da tela em relação às duas primeiras imagens da linha. Do lado esquerdo, próximas da tela, vê-se duas pessoas e uma delas parece estar empunhando um microfone. Algumas pessoas podem ser distinguidas por suas silhuetas na porção inferior esquerda da imagem. Aparentemente, voltam sua atenção ao orador.

A quinta imagem mostra um ângulo diagonal, de fora para dentro do espaço do café, a partir do lado direito, de modo que ao fundo se vê uma tela de projeção sobre uma das paredes de vidro dos estúdios, o estúdio do barbeiro e as paredes de vidro das salas de reunião. Toda a metade inferior da imagem está preenchida por pessoas, de pé e sentadas, na sua maioria voltadas para a pessoa que aparece mais ao fundo, no centro da imagem, em frente ao telão, estendendo os braços para frente, como que gesticulando. A última imagem foi registrada de um ponto muito parecido com a anterior, mas possui um ângulo mais fechado. O ambiente também parece bem cheio e, além da tela de projeção, vê-se um *flip chart* de cada lado da tela.

O destaque singular-indicial deste grupo de imagens está no tipo de atividade que parece estar sendo realizada no local, com o uso de tela de projeção e pessoas próximas a ela empunhando um microfone, enquanto as demais se posicionam de modo a voltar a atenção ao orador. Todos estes índices apontam para a existência de eventos nos quais alguém traz algum assunto cujos demais têm interesse em conhecer e o compartilham de maneira menos formal do que normalmente se vê em situações de ensino e aprendizagem. Diferentemente do que se pôde notar em relação a outros tipos de atividade, a variação de iluminação percebida nas imagens indica que estas situações ocorrem principalmente no período noturno, o que é compreensível, visto que o espaço do café tem muita penetração de luz natural, o que prejudica o uso de projeções, as quais precisam de um ambiente escurecido para ficarem visíveis.

A última sequência de imagens do painel 10 não guarda semelhança com as anteriores no que diz respeito ao aspecto cartográfico. Também não cria sequências tão longas, como se pode observar com mais detalhes na imagem a seguir:

Figura 43 – Outros registros (painel semiótico 10)

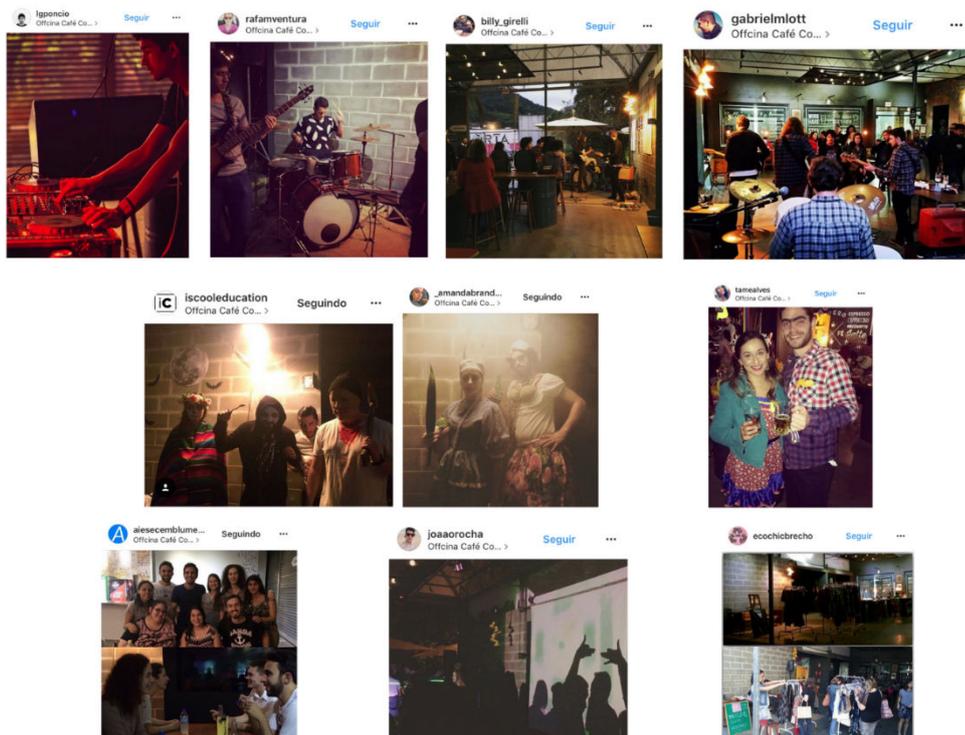


Fonte: dados da pesquisa, 2017.

As duas imagens mais à direita são bem contrastantes em relação aos planos mais gerais das demais imagens do painel e mostram, de um lado, um recorte de um computador portátil sobre o balcão de atendimento do café, de modo que é possível ver, ao fundo, uma parte da mesa comunitária; de outro, tem-se uma imagem de cima para baixo de uma mesa na qual se identifica uma agenda sobre a qual se encontra uma caneta e, logo acima uma xícara de café e um bilhete. Ao lado, um computador portátil. Ambas imagens remetem a situações de trabalho. Em contrapartida, as duas imagens posicionadas à esquerda remetem a situações de descontração. Uma, tendo de fundo a parede de exposições do café, mostra duas pessoas em trajes pouco convencionais, uma parecendo bastante suja. Sobre o banco que aparece no canto inferior esquerdo da imagem, um tecido claro com três círculos pretos dispostos em forma de um triângulo invertido lembra um fantasma feito de lençol o que, combinado com os trajes das pessoas, sugere uma festa temática relacionada a terror ou Dia das Bruxas. A imagem mais à esquerda retrata um grande conjunto de pessoas que parecem sorridentes e animadas. Os embrulhos e sacolas sobre a mesa e cadeira mais à esquerda sugerem que seja algum tipo de confraternização com troca de presentes. Ambas imagens remetem a momentos de descontração e lazer que parecem ter ocorrido no período noturno.

Pela quantidade de imagens do painel semiótico 10 é possível notar a importância das atividades realizadas no café para o empreendimento e o mesmo é possível de ser percebido em relação aos frequentadores, visto que a partir de seus registros foi possível construir três painéis semióticos diferentes relacionados ao mesmo espaço: um mostrando relações de interação e descontração, outro destacando os usos da mesa comunitária, incluindo situações de trabalho, interação e descontração e ainda um outro, apenas com situações de ensino aprendizagem realizadas no café. Cada um deles é mostrado a seguir:

Painel semiótico 11 – Interagindo e se divertindo no café (Frequentadores)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Diferentemente do que aparece no painel semiótico 10, elaborado com imagens produzidas pelo *Officina Café & Coworking*, o painel 11, elaborado com imagens produzidas pelos frequentadores, dá muito mais ênfase às atividades relacionadas à interação e lazer que são realizadas no espaço do café. Toda a primeira linha de imagens destaca eventos relacionados à música, os quais parecem ocorrer principalmente à noite e que, nos registros do empreendimento, vão aparecer apenas junto às exposições artísticas e a partir de alguns poucos indícios (vide Figura 37, p. 89), enquanto que nas imagens destacadas na figura a seguir os indícios são fortes e claros: uma pessoa mexendo num aparelho que, pelo formato, parece ser um aparelho de mixagem de som tipicamente utilizado por DJs e pessoas tocando instrumentos musicais:

Figura 44 – Eventos música no café (painel semiótico 11)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Já a segunda linha de imagens dá destaque às fantasias utilizadas pelos frequentadores em eventos temáticos. Duas das imagens mantêm o padrão de uma que aparece no painel semiótico 10 (em detalhe na figura a seguir para facilitar o comparativo visual), reforçando a sugestão de uma festa temática relacionada a terror ou Dia das Bruxas. Já a imagem mais à direita, em vista das características dos trajés e maquiagem dos retratados, indica uma festa junina:

Figura 45 – Festas temáticas (painel semiótico 11)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

É importante observar, na medida em que mais imagens vão sendo analisadas, como algumas, num primeiro momento, parecem estar fora de contexto (como uma imagem solitária de pessoas fantasiadas) e, na medida em que se somam mais registros ao conjunto, os contextos vão sendo revelados por conta do reforço de elementos singulares-indicativos de mesmo tipo, permitindo a identificação de aspectos convencionais-simbólicos, ou seja, de terceiridade. Quanto mais imagens forem introduzidas na análise, mais esse processo se intensificará.

A terceira linha de imagens mostra situações de interação e descontração diversos:

Figura 46 – Interação e descontração no café (painel semiótico 11)

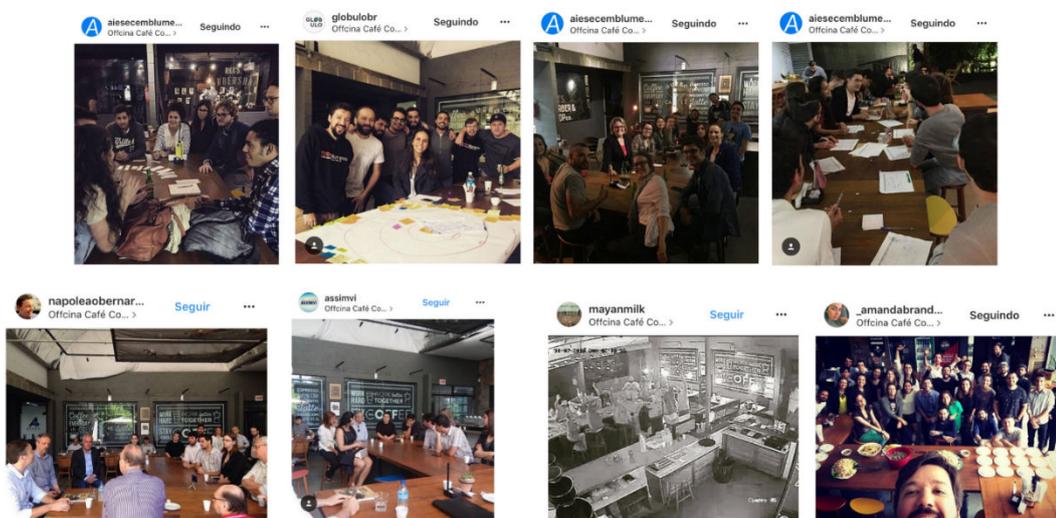


Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A imagem mais à esquerda condensa dois registros fotográficos. No alto, um retrato de grupo e, logo abaixo, um momento de interação que parece bastante descontraído. A imagem central destaca sombras projetadas sobre uma tela branca. As silhuetas humanas parecem muito naturais, já as silhuetas formadas a partir de duas mãos que aparecem por cima das cabeças das silhuetas, em vista do posicionamento dos dedos, parece intencional e descontraída, simulando silhuetas de cabeças de cachorros, como o que ocorre em brincadeiras com sombras. A imagem mais à direita também condensa dois registros. O de cima mostra apenas araras de roupas, já o de baixo mostra pessoas interagindo com as roupas dispostas nas araras, reforçando a ideia gerada a partir de duas imagens registradas pelo *Offcina Café & Coworking* (vide figura 21, p. 75), que sugeriam um evento relacionado à moda.

Os registros feitos pelos frequentadores do *Offcina Café & Coworking* a respeito do uso da mesa comunitária do café, assim como se pode observar no painel semiótico 11, dão mais destaque a situações de descontração, que acontecem tanto de dia quanto à noite.

Painel semiótico 12 – Mesa comunitária do café (Frequentadores)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

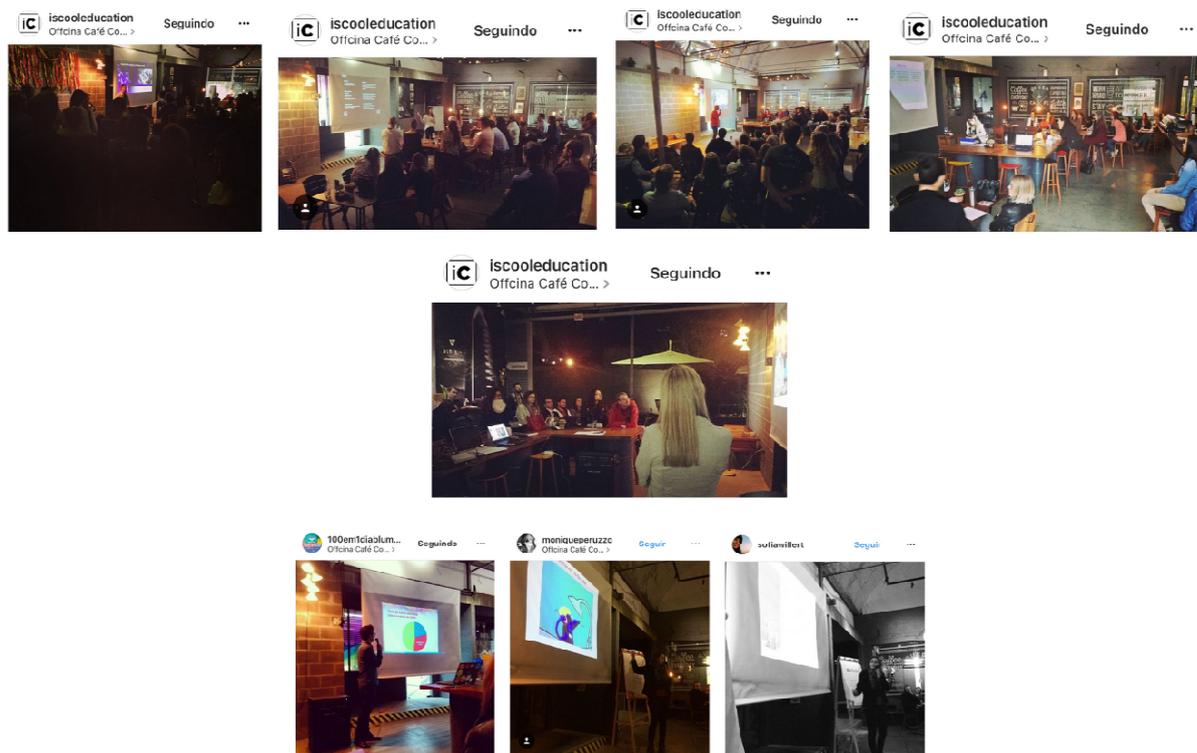
A primeira linha de imagens do painel específico de imagens relacionadas à mesa destaca situações de atuação conjunta e descontraída de grupos que, pelos elementos dispostos na mesa na maior parte das imagens, parecem estar envolvidos em algum tipo de projeto.

Contrastando com os rostos descontraídos e sorridentes das pessoas que foram registradas nas imagens da figura acima, na linha seguinte de imagens, à esquerda, as pessoas

também interagem, mas se mostram sérias e compenetradas, enquanto as duas imagens mais à direita registram momentos que parecem ser de lazer e confraternização.

Por fim, foi possível elaborar um painel exclusivamente com registros de situações de ensino e aprendizagem feitas pelos frequentadores, o que demonstra a relevância destas situações no espaço do café:

Painel semiótico 13 - Ensinando e aprendendo no café (Frequentadores)

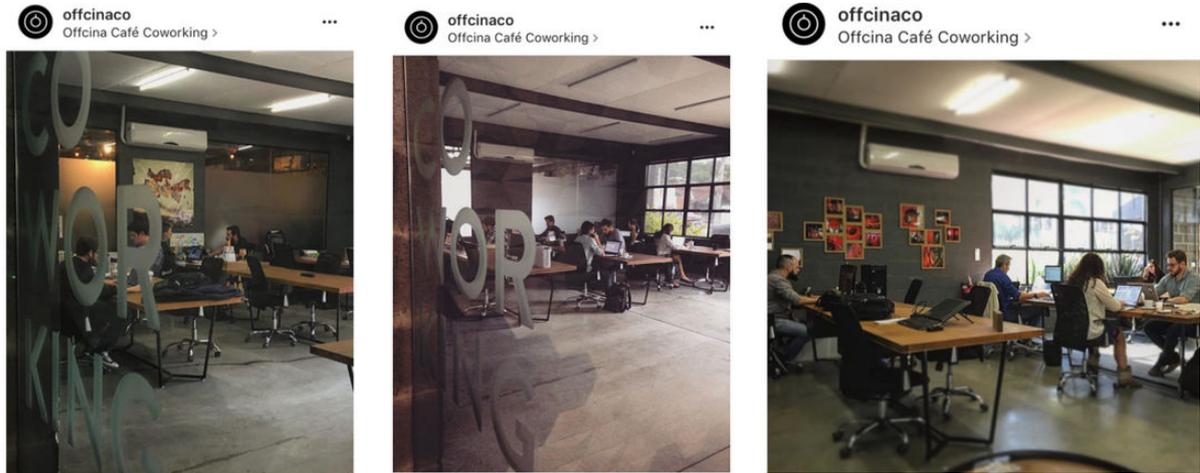


Fonte: dados da pesquisa, 2017.

As imagens da primeira linha do painel são bastante semelhantes àquelas destacadas na Figura 41 (p. 95), que contém registros realizados pelo empreendimento sobre este mesmo tipo de situação. A imagem central, por sua vez, destaca uma perspectiva diferente da mesma situação, a da pessoa que parece estar na posição de transmitir informações, de costas para o autor do registro, permitindo notar que as pessoas na plateia olham atentamente para algo que está sendo projetado na tela, a qual quase não se pode ver na imagem. Por fim, a última linha de imagens mostra planos mais fechados da interação entre oradores e projeções de tela, dando mais força à ideia de que estas pessoas estão numa posição de transmitir algum tipo de informação. Nota-se que, como visto na análise do painel semiótico 10 (p. 94), este tipo de situação acontece principalmente no período noturno.

Finalizada a extensa descrição e análise dos usos do espaço do café, o ambiente cujas relações são apresentadas agora é ainda desconhecido do leitor: o espaço do empreendimento destinado a acomodar as pessoas que trabalham em regime de *coworking*.

Painel semiótico 14 – Espaço de *coworking* (*Offcina*)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Foram encontrados apenas três registros desta área e os dois primeiros mostram uma perspectiva da direita para a esquerda, a partir da porta de vidro que dá acesso ao espaço. Na primeira imagem, que apresenta um plano mais próximo, é possível observar o chão de cimento queimado e duas grandes mesas cujos tampos aparentam ser de madeira com estrutura de sustentação pretas. No encontro, cadeiras pretas com rodas nos pés. Por detrás dos adesivos colados na porta de vidro é possível vislumbrar duas pessoas na primeira mesa, que aparentam estar concentradas em seus computadores. Na mesa mais ao fundo, junto à parede, mais duas pessoas parecem realizar atividades parecidas. A parede de vidro ao fundo da imagem separa a área de *coworking* do espaço do auditório, ainda desconhecido para o leitor.

A segunda imagem é um plano mais afastado de uma perspectiva de registro parecida com a anterior, mas ali é possível ver tanto o limite esquerdo quanto o limite frontal do espaço, que consiste de uma grande janela quadriculada voltada para a rua, o que não se podia observar na imagem anterior. Nota-se, também, a ausência do quadro que estava entre as paredes de vidro laterais na primeira imagem da série. Além disso, também é possível perceber a existência de mais uma mesa de trabalho e uma maior quantidade de pessoas ocupando espaços. Já suas posturas são as mesmas que se pode perceber na imagem anterior.

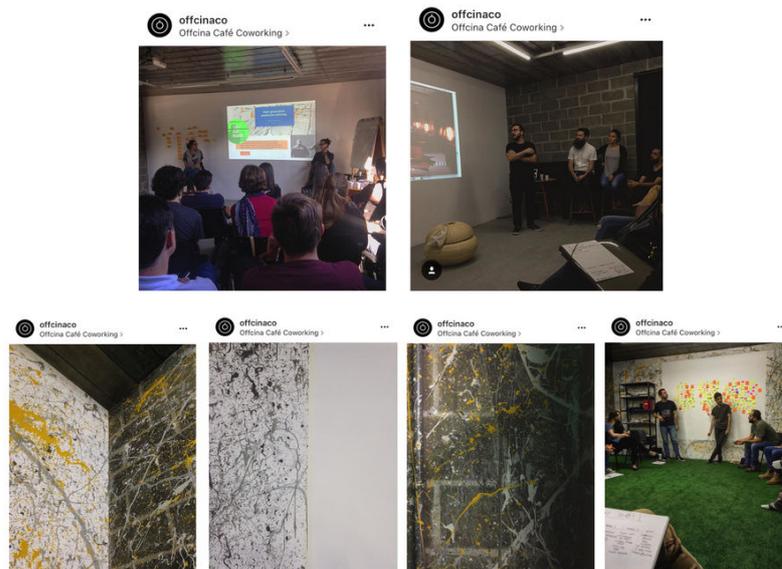
A última imagem mostra um enquadramento bem diferente das duas primeiras. A partir da parte mais central do espaço de *coworking*, registra a outra parede lateral do espaço, em sua junção com a área de entrada e recepção, da qual só se pode ver uma pequena porção da parede de vidro e, por trás dela, a parede na qual, mais a frente, se encontra a porta de entrada. O plano é bem mais próximo, permitindo observar com mais detalhes a estrutura da sala e a atuação das pessoas que se encontram ali. Ao fundo, na porção direita da imagem, uma grande janela quadriculada, de padrão idêntico ao da segunda imagem, dá visão para a área de circulação de carros e pedestres, que ocorre pela lateral do prédio e foi a partir de fora no primeiro painel semiótico (p. 62). Na porção esquerda, nota-se que a parede está decorada com uma série de imagens emolduradas que aparentam formar um conjunto tanto pela disposição quanto pela coloração. A iluminação indica que os registros foram feitos durante o dia.

A partir destas observações é possível inferir que o espaço de *coworking*, amplo, bem iluminado e decorado apenas com alguns quadros nas paredes, é um lugar que comporta bastante pessoas ao mesmo tempo, mas é um lugar de silêncio e concentração, bastante diferente, neste sentido, da área do *lounge* externo e do café. Entretanto, arquitetonicamente, mostra as mesmas relações de amplitude e simplicidade dos demais espaços já apresentados.

Para este espaço específico não foi possível produzir um painel com imagens produzidas pelos frequentadores, o que reforça a noção de um lugar de silêncio e concentração, e, talvez por isso, menos propício a gerar ímpetos de compartilhamento das atividades ali realizadas. Interessante destacar a reduzida quantidade de imagens relativas a este espaço. Supõe-se que isto se dá pelo tipo de uso feito, que demanda uma postura mais séria e concentrada das pessoas, inibindo ímpetos de registro. As demais áreas registradas, seja pelo empreendimento ou seus usuários, mostra as pessoas em posturas muito mais descontraídas e tal descontração pode, então, deixar as pessoas mais confortáveis e/ou interessadas em registrar as situações que ali ocorrem.

O último espaço do *Officina Café & Coworking* ainda desconhecido do leitor é o auditório. O painel a seguir mostra os registros deste espaço feitos pelo empreendimento:

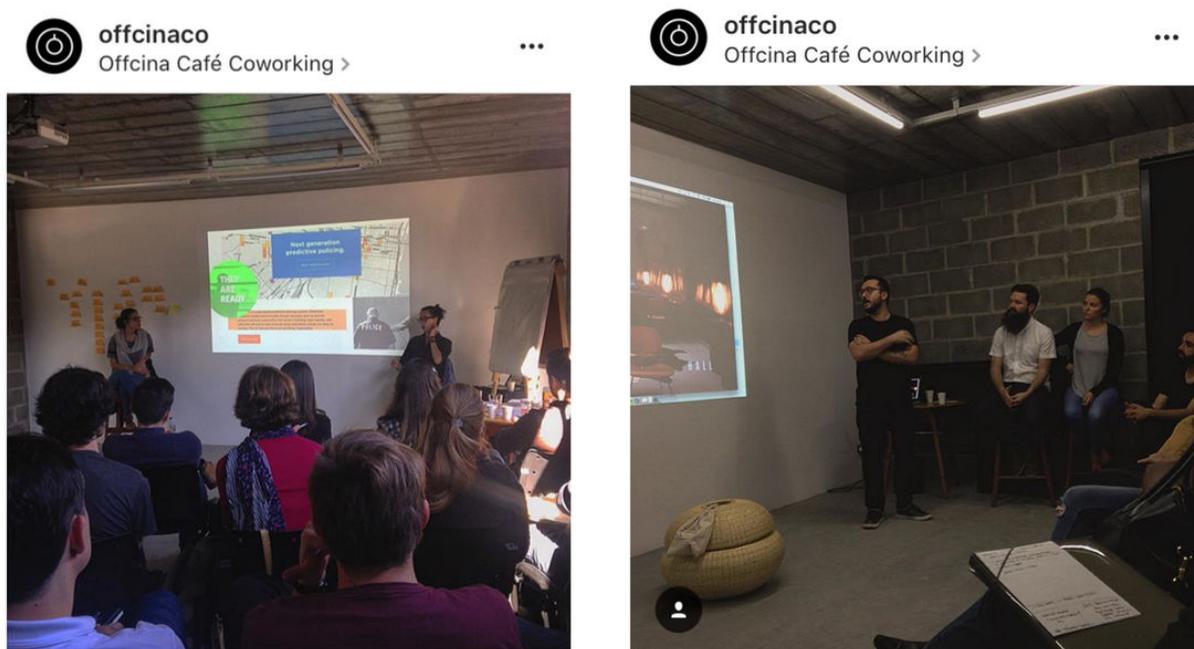
Painel semiótico 15 – Auditório (*Offcina*)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A primeira linha de imagens mostra situações de uso do auditório e estas lembram muito as situações de transmissão de informações que foram observadas ocorrendo com bastante frequência na área do café (vide Figura 41, p. 95, e painel semiótico 13, p. 103):

Figura 47 – Ensinando e aprendendo no auditório (painel semiótico 15)

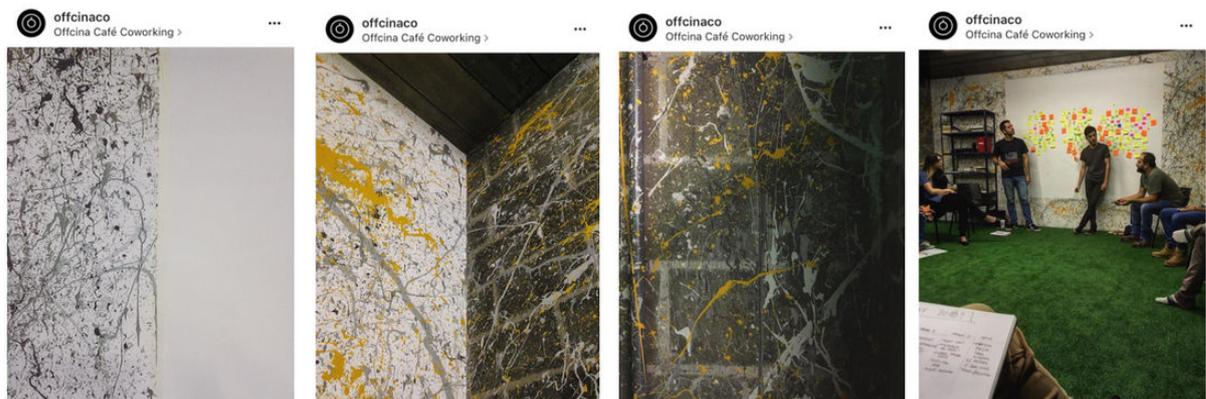


Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Na primeira imagem nota-se um elemento até então não encontrado no empreendimento: uma parede branca, que está situada ao fundo da imagem. Nela está sendo realizada alguma projeção. A metade inferior da imagem permite observar pessoas sentadas em cadeiras de encosto preto enfileiradas, o que contrasta bastante com a disposição das pessoas nas situações de transmissão de informações que foram observadas na área do café. Entretanto, da mesma forma que ocorria lá, todos parecem estar bastante atentos às oradoras, que se encontram uma de cada lado da projeção. Ao fundo e à direita ainda é possível observar ainda mesas de apoio e um *flip chart*. Do lado esquerdo, pequenos papéis amarelos estão colados na parede, atrás da pessoa que está sentada num banco e olha para a pessoa a sua esquerda, que parece estar explicando algo. A segunda imagem, que mostra um enquadramento mais fechado, mostra a porção mais à esquerda da parede de projeção e permite ver uma parte da parede lateral da sala, que mantém o padrão – cinza, granuloso e entrecortado por linhas mais claras que criam retângulos horizontais – da grande parte das paredes e uma tela negra. No centro, mais ao fundo, uma pessoa de pé parece falar enquanto olha para a projeção na parede. Nota-se uma mesa de apoio por trás da pessoa e, logo abaixo da projeção, um elemento de formas arredondadas, cor clara e com textura que remete a um trançado de palha e o chão cinza de cimento. Na metade direita da imagem, no canto inferior é possível ver um papel com anotações sobre uma pasta que está apoiada sobre uma perna e, mais ao centro, três pessoas sentadas que olham em direção à parede de projeção. Nota que as pessoas presentes estão dispostas em círculo, bem próximas ao orador, dando a entender um momento de troca de ideias.

A segunda linha de imagens do painel 15 permite perceber uma série de intervenções realizadas no espaço do auditório:

Figura 48 – Intervenções no auditório (painel semiótico 15)

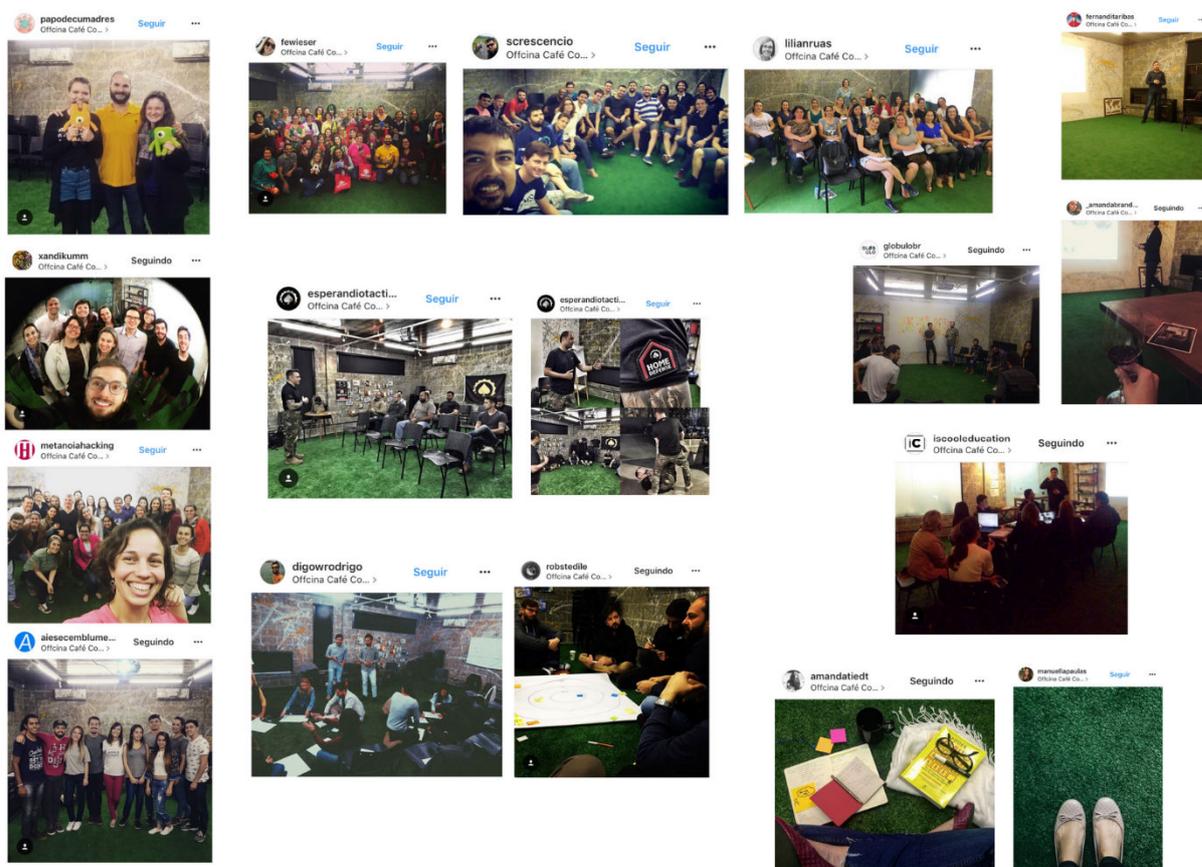


Fonte: dados da pesquisa, 2017.

As três primeiras imagens são registros das paredes em planos bastante próximos. Na primeira, a metade esquerda da imagem mostra a parede branca coberta com riscos, linhas, pontos e borrões em preto e cinza. Na metade direita da imagem a parede permanece branca. A segunda imagem registra a junção da parede branca com a parede cinza e, enquanto a primeira está coberta com riscos, linhas, pontos e borrões em preto e cinza, a segunda apresenta os mesmos padrões e cores acrescidos de mais uma cor, o branco. A terceira imagem mostra somente a parede cinza, que apresenta a mesma cobertura da imagem anterior. A última imagem é bastante esclarecedora em relação a estas intervenções. Ao fundo da imagem é possível notar que a parede que, nas imagens da série anterior (vide Figura 42, p. 97) aparecia pintada de branco agora está coberta pelo padrão detalhado nas três imagens descritas acima, exceto pela região central, que permanece branca e cujos contornos formam um retângulo horizontal. Nesta área, pequenos retângulos coloridos de tamanhos diferentes formam três conjuntos bem ao centro da área branca. O chão, que na figura anterior aparecia cinza, agora aparece recoberto por algum tipo de revestimento de cor verde e textura aparentemente felpuda. No canto inferior esquerdo da imagem, mais uma vez, é possível perceber um papel com anotações apoiado sobre uma perna. Nas laterais da imagem, há uma pessoa de pé e uma sentada de cada lado. As pessoas sentadas parecem estar interagindo uma com a outra, enquanto a pessoa de pé à direita olha para a pessoa sentada próxima de si, a da esquerda parece olhar para algo que está na parede. Bem na porção central da imagem, à direita, destaca-se um par de pernas cruzadas cujos pés estão calçados apenas com meias, sugerindo que o revestimento do chão seja confortável para se pisar sem sapatos e/ou uma ocasião de estudo e/ou trabalho menos formal. Nota que as pessoas presentes estão dispostas em círculo em torno dos oradores, dando a entender um momento de troca de ideias.

Os registros do auditório pelos frequentadores do *Offcina Café & Coworking* foram feitos todos depois das intervenções identificadas na Figura 43 e mostram situações de interação e/ou ensino e aprendizagem e ainda outros tipos de ações realizadas no espaço, como se pode observar no painel:

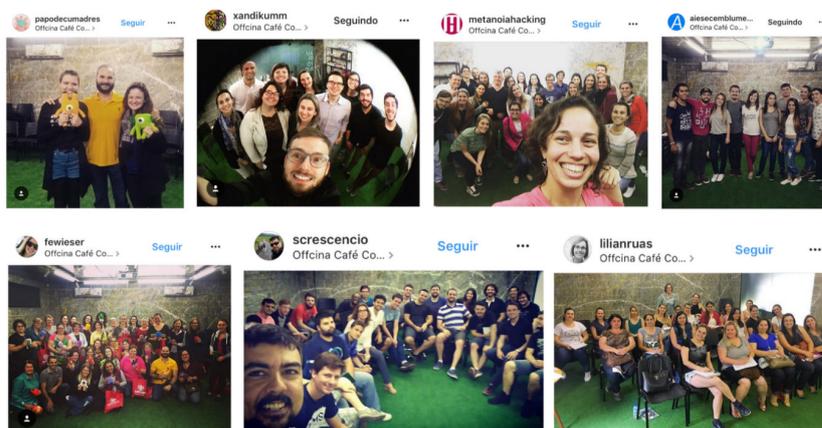
Painel semiótico 16 – Auditório (Frequentadores)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A primeira coluna de imagens à esquerda, juntamente com as três imagens centrais no topo da figura mostram registros de grupos que, por conta das posições em que se encontram e das feições sorridentes, indicam que participavam, juntos, de algum tipo de atividade realizada no espaço. A figura a seguir apresenta um rearranjo destas imagens:

Figura 49 – Interação no auditório (painel semiótico 16)

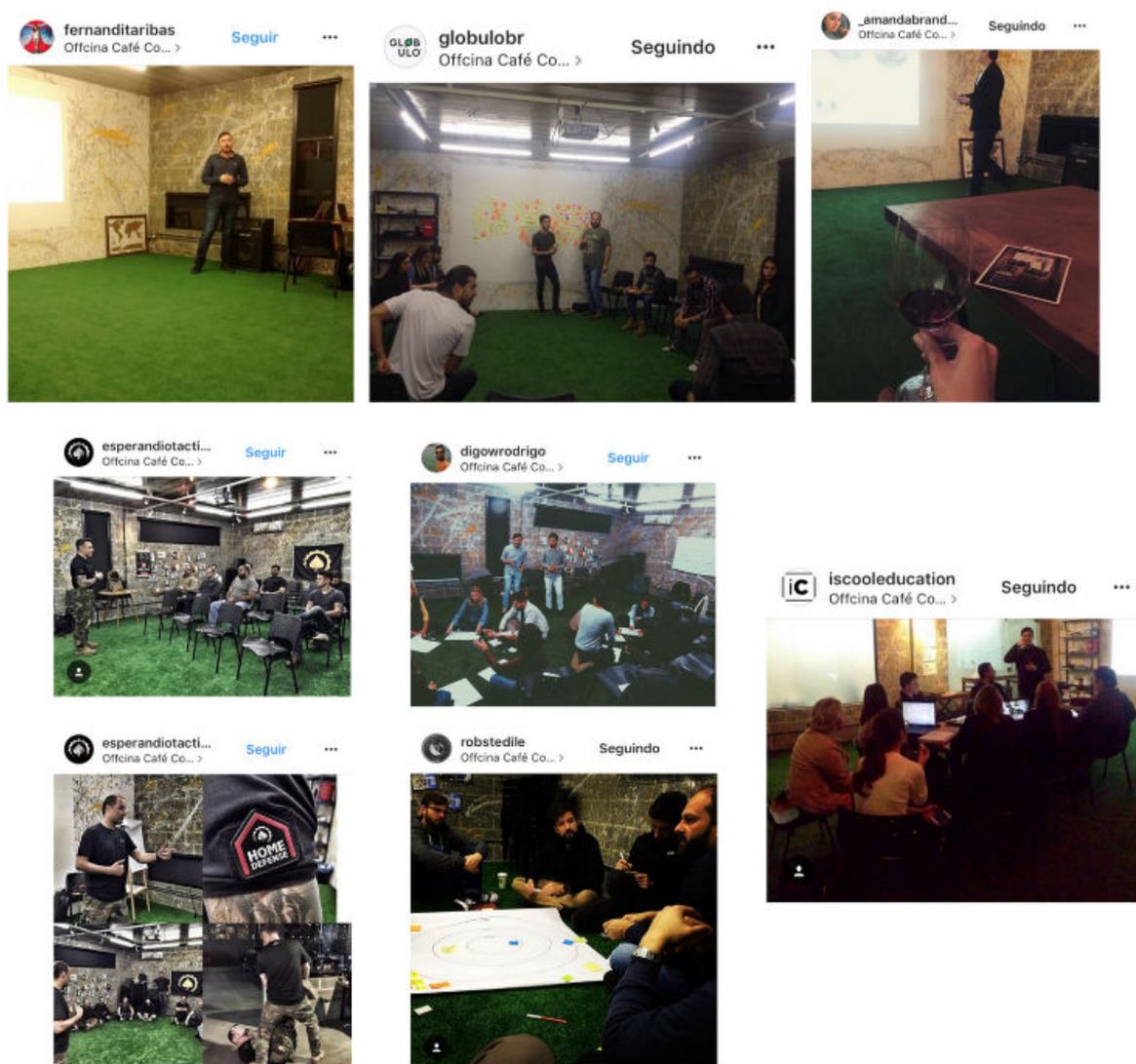


Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Nas imagens em que é possível observar a presença de cadeiras também é possível notar que elas são utilizadas de várias formas: enfileiradas, formando círculo e até mesmo apenas empilhadas a um canto da sala, o que indica um espaço flexível no que diz respeito às formas de uso.

Em relação às formas de uso, as imagens mais à direita e ao centro do painel reforçam a ideia de flexibilidade de uso do espaço retratado nos registros. A figura a seguir apresenta um rearranjo destas imagens:

Figura 50 – Várias formas de ensinar e aprender (painel semiótico 16)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

As três imagens no topo da figura mostram, assim como as duas imagens menores que formam a coluna de imagens mais à esquerda mostram situações de ensino e aprendizagem semelhantes às identificadas no painel semiótico 13 (p. 103) e também na

figura 42 (p. 97). Já a coluna central de imagens (do centro para a parte inferior da figura) mostram grupos de pessoas que parecem estar desenvolvendo algum tipo de atividade em conjunto e o destaque fica para o uso do chão do espaço. Nas duas imagens mais à direita (do centro para a parte inferior da figura) observa-se o uso de uma mesa, que até então não havia sido registrada no espaço. Na imagem superior, a pessoa em pé diante das demais, sentadas em torno da mesa, sugere uma situação de ensino e aprendizagem, quanto na imagem inferior, na qual é possível ver várias mesas, nota-se uma pessoa em trânsito mais ao fundo e outra sentada à mesa, utilizando um computador portátil, o que remete a uma situação de trabalho individual, destoando do restante do conjunto e indicando, assim, que este não é um uso comum do espaço.

As duas últimas imagens do painel semiótico 16 dão destaque para o chão do ambiente, que, conforme indica o painel semiótico 15, foi uma intervenção feita posteriormente no espaço do auditório. A figura a seguir apresenta as imagens em questão:

Figura 51 – Na (imitação de) natureza (painel semiótico 16)



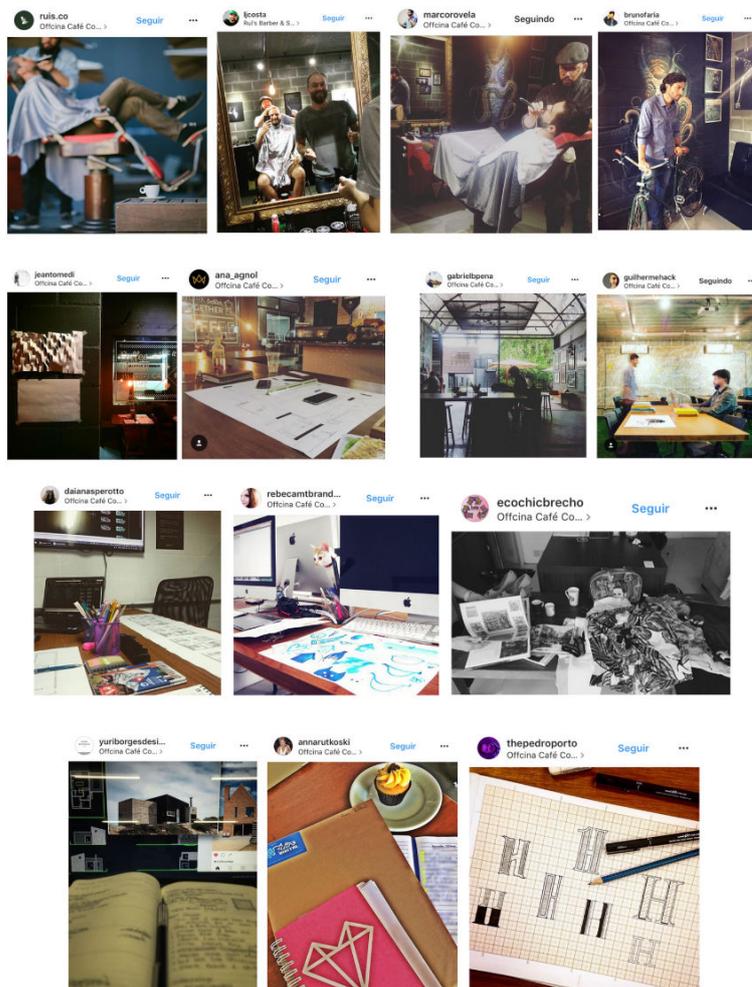
Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A disposição cuidadosa dos elementos (peça de tecido, livro, óculos, canetas, papéis, agenda e caneca) à frente do par de pernas cruzadas sugere que a autora do registro (o tipo de calçado indica que a pessoa cujas pernas aparecem na imagem é uma mulher) quis dar destaque ao que fazia no momento e onde e como suas atividades estavam sendo realizadas. Os elementos sugerem estudo e/ou trabalho e a posição (pernas cruzadas sugerindo que a pessoa está sentada no chão) sugere que ela faz esta atividade num local e de maneira menos formal do que ocorre nos tradicionais ambientes de estudo e trabalho (que costumam ter

mesas e cadeiras). Já a segunda imagem, mais à direita, mostra apenas um par de pés femininos (o tipo de calçado sugere o gênero) dispostos lado a lado sobre o revestimento do chão do auditório, sugerindo uma intenção da autora do registro de destacar o lugar onde se encontrava. Estas imagens lembram uma outra, mostrada na Figura 22 (p. 76, relativa ao painel semiótico 04, p. 78), trazida em detalhe na figura aqui analisada).

A análise dos painéis semióticos 15 e 16 encerram a apresentação das relações identificadas entre os registros feitos pelo *Offcina Café & Coworking* e por seus frequentadores no que diz respeito à secundidade, ou seja, aos usos que são dados aos ambientes do empreendimento. Entretanto, a partir da parte do *corpus* formada por registros dos frequentadores sobre os usos do local, ainda foi possível formar alguns painéis que merecem apresentação. Nenhum deles foi organizado de modo a destacar aspectos cartográficos, apesar de algumas imagens conterem indícios dos locais de registro. O primeiro reúne situações de trabalho:

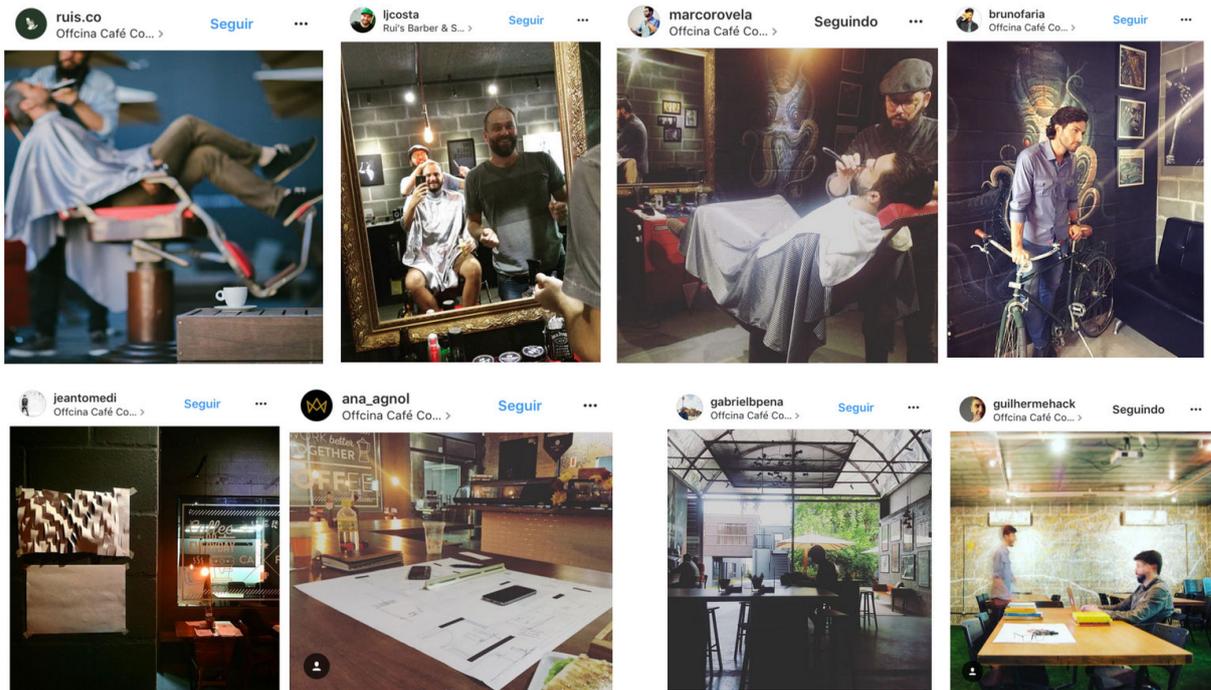
Painel semiótico 17 – Relações de trabalho (Frequentadores)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Alguns dos espaços em que os frequentadores registraram situações de trabalho são facilmente identificáveis pelos indícios presentes nas imagens, como se vê com mais detalhes na figura a seguir:

Figura 52 – Trabalho na barbearia, no café e no auditório (painel semiótico 17)



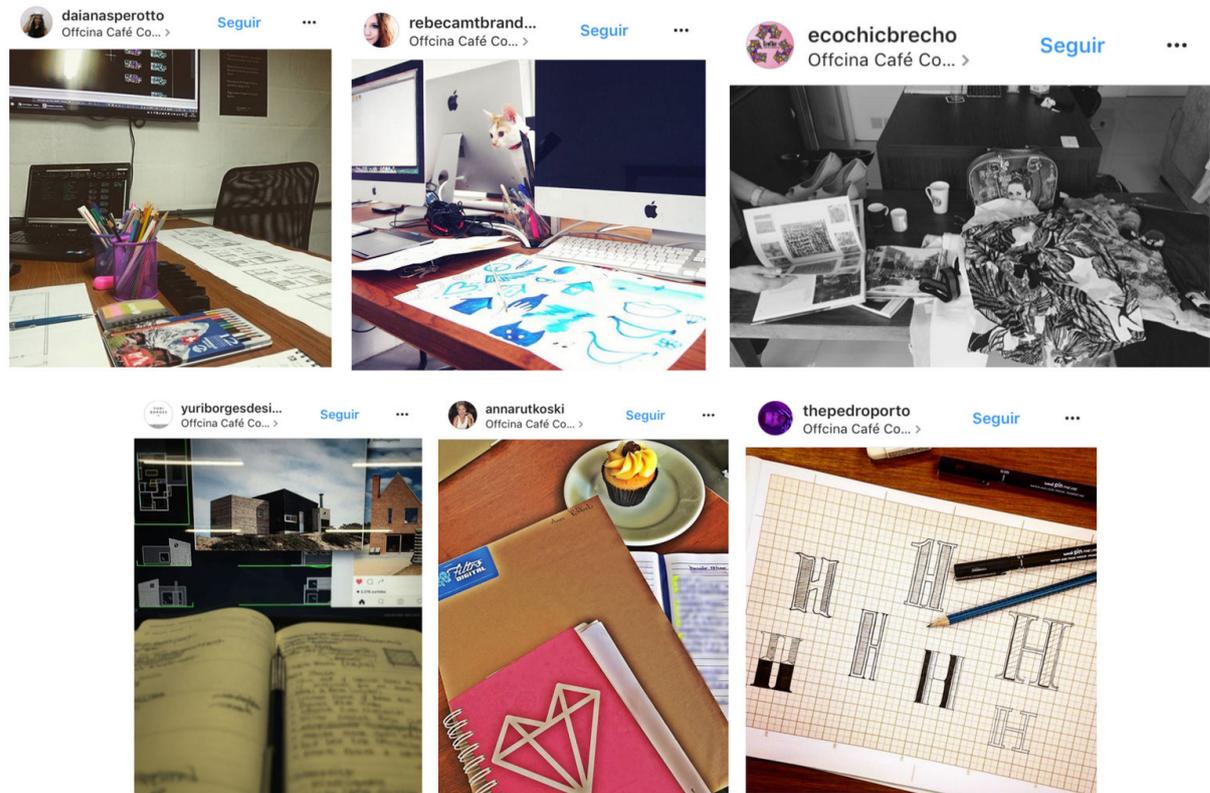
Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Toda a primeira linha de imagens mostra registros da barbearia. Os três primeiros estão relacionados ao trabalho do barbeiro, mas a última imagem à direita, pela bicicleta inserida no espaço e pela posição do homem que segura a bicicleta (em frente a uma parede decorada) e o direcionamento de seu olhar, parece ser o registro de alguém que estava sendo fotografado por outra pessoa.

Na linha seguinte, as duas imagens mais à esquerda destacam apenas elementos de trabalho, como folhas de papel coladas na parede ou papel, régua e agenda sobre a mesa. Ambos os registros foram feitos na área do café, como se pode observar, mais à esquerda, pela parede de vidro adesivada ao fundo da porção direita da imagem e, mais à direita, pela visão, na porção superior da imagem, da mesma parede de vidro, acrescida da porta de acesso à recepção e espaço de *coworking* e, ainda, do balcão de atendimento do café. Já as duas imagens mais à direita destacam pessoas trabalhando. À esquerda, uma pessoa utilizando a mesa comunitária do café e, na direita, um uso inusitado do auditório, que apresenta, no registro, mesas como as encontradas no espaço de *coworking*.

No restante das imagens do painel é praticamente impossível deduzir onde os registros foram feitos, como destaca a imagem a seguir:

Figura 53 – Mesas de trabalho (painel semiótico 17)



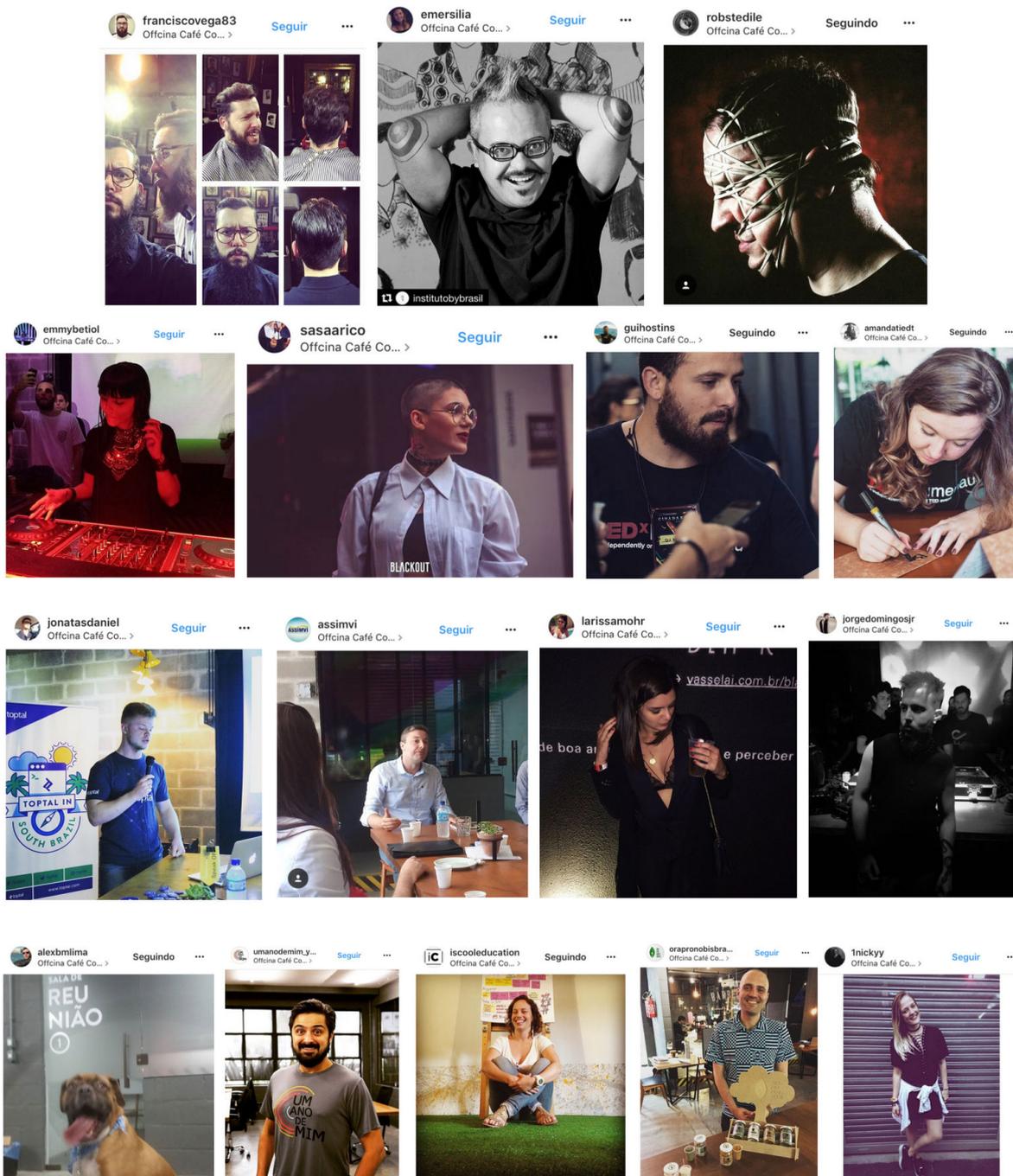
Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Todas as imagens mostram uma série de diferentes elementos relacionados ao trabalho: papéis, canetas, computadores, agendas, revistas. As imagens da primeira linha, em vista das paredes brancas, sugerem que são imagens feitas por pessoas que ocupam estúdios de trabalho. Na imagem central chama a atenção a presença de um gato, o que reafirma a impressão de que o *Offcina Café & Coworking* é amigável à presença de animais, como já se havia observado na análise das imagens relativas ao café (painel semiótico 05, p. 82).

As imagens da linha inferior não trazem nenhum indício de local, a não ser pelo pequeno bolo que aparece na imagem central, indicando a probabilidade de o registro ter sido feito na área do café. A partir dos registros reunidos no painel 17 é possível afirmar que, apesar de os frequentadores valorizarem mais as atividades de interação e ensino e aprendizagem que ocorrem no *Offcina Café & Coworking*, o empreendimento também é visto por eles como local de trabalho.

As imagens que formam os três painéis a serem apresentados a seguir guardam a mesma semelhança entre si: todos são registros de pessoas. O primeiro painel mostra retratos, flagrantes e poses:

Painel semiótico 18 – Retratos, flagrantes e poses (Frequentadores)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Na primeira linha, retratos, nas duas linhas centrais, flagrantes e, na última linha, poses, com destaque para a imagem mais à esquerda, que é de um cachorro que se encontra

dentro da área de *coworking*. Em boa parte dos registros é possível identificar os ambientes, que são dos mais variados, indo do *lounge* externo até o auditório.

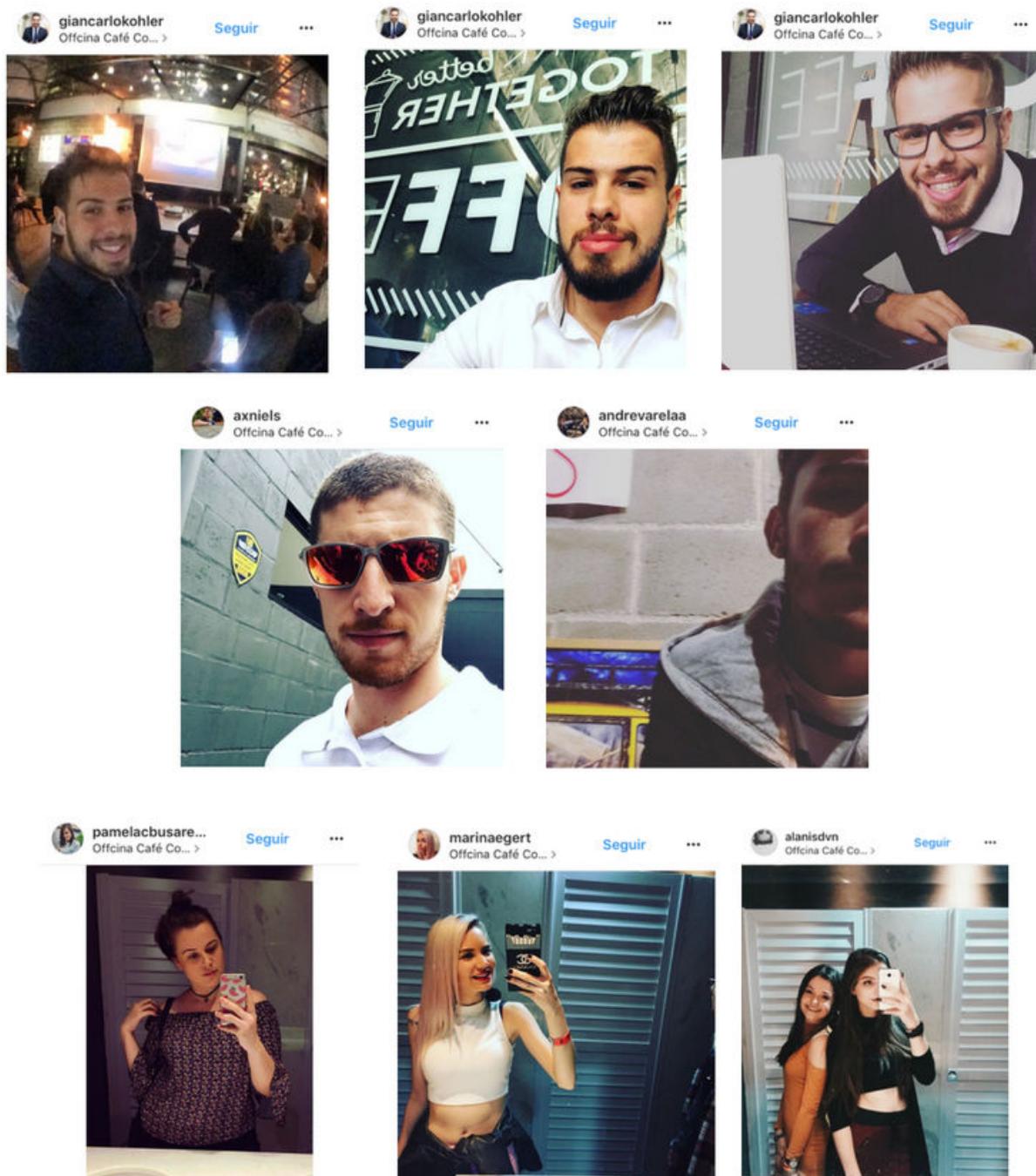
O painel seguinte reúne registros de grupos de pessoas, sugerindo que o espaço é um local para o encontro de amigos ou de pessoas que compartilham de algum objetivo, como mostra o painel a seguir:

Painel semiótico 19 – Encontros (Frequentadores)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Por fim, o painel a seguir reúne registros que caracterizam uma prática bastante comum conhecida como *selfie*, que pode ser entendida, segundo o Dicionário Oxford (de língua inglesa), como uma fotografia que alguém tira de si mesmo, em geral com *smartphone* ou *webcam*, e carrega em uma rede social (SBARAI, 2013):

Painel semiótico 20 – *Selfies* (Frequentadores)

Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Cabe aqui uma digressão a respeito desta prática contemporânea. Luciana Nunes, mestre em saúde mental, diretora do Instituto Psicoinfo e estudiosa da relação entre tecnologia e comportamento destaca três grupos bem definidos de autores de *selfies*: (1) exibicionistas – pessoas que costumam parar diante do espelho do elevador ou da academia e exibir para a câmera, por exemplo, os resultados da malhação; (2) pessoas que querem mostrar seu estado

de espírito e; (3) pessoas que querem mostrar que estão em algum lugar, desde que a paisagem não ganhe mais importância do que o autor (SBARAI, 2013).

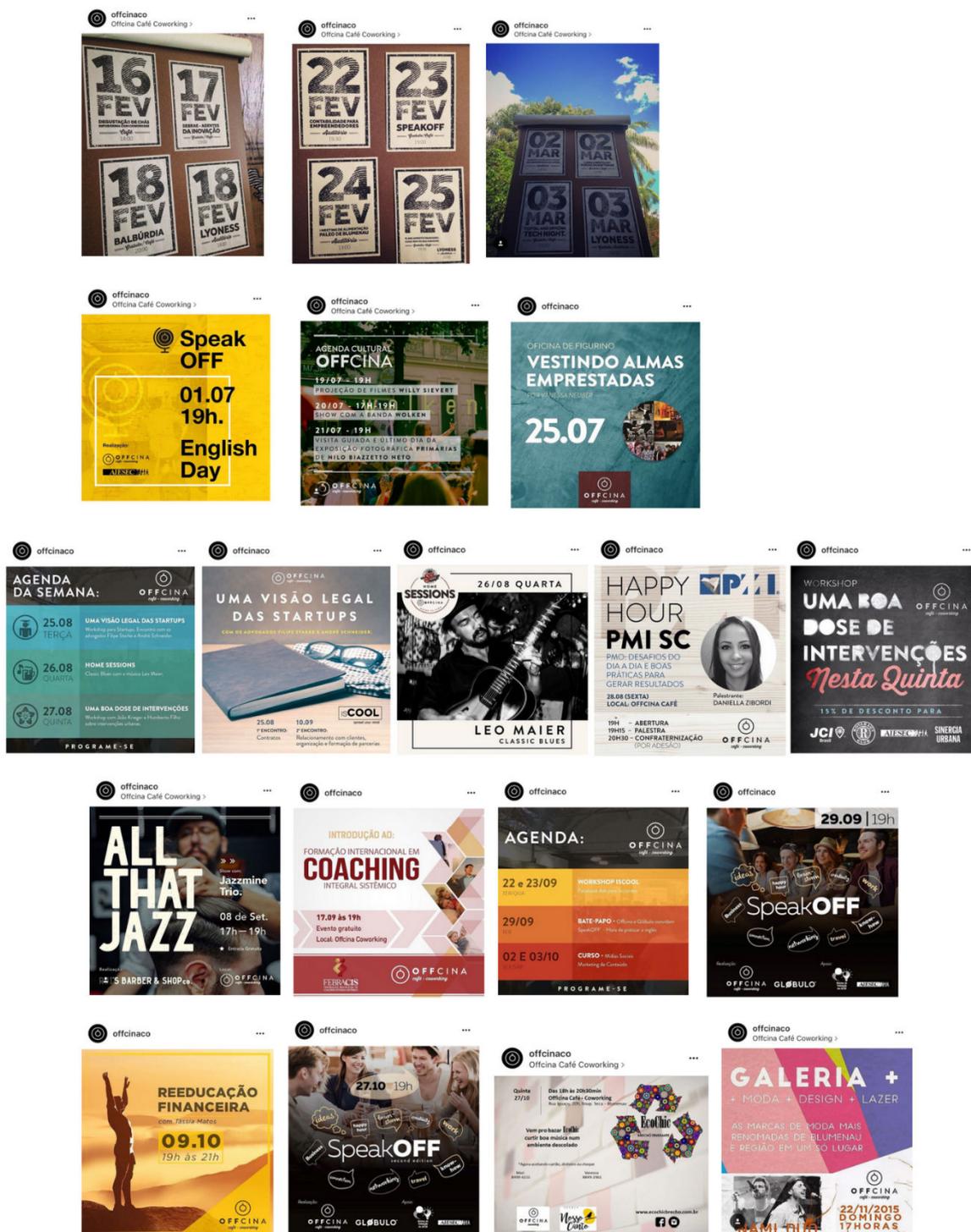
É importante destacar, ainda, que várias das imagens do painel 19 são *selfies* de grupos, o que se pode observar pela disposição dos braços esticados dos autores dos registros, que indicam que a pessoa está segurando alguma coisa apontada para o rosto, provavelmente um *smartphone*. O mesmo comportamento pode ser percebido, ainda, em imagens encontradas nos painéis 04, 12, 15 e 17 (pp. 78, 102, 105 e 112), tanto em relação a pessoas sozinhas quanto em grupos. O que se vê, portanto, é que os frequentadores têm prazer em compartilhar com suas redes o fato de estarem no *Offcina Café & Coworking*.

5.3 TERCEIRIDADE: ABSTRAÇÕES SOBRE O *OFFCINA CAFÉ & COWORKING*

Entrando na terceiridade, o que se passa a destacar são ideias a respeito do *Offcina Café & Coworking*, expressas, de algum modo, pelo próprio empreendimento e seus frequentadores. Nesta etapa, como já se viu nos últimos painéis relativos à secundidade, é menos importante a relação com um espaço determinado do empreendimento, assim, a perspectiva cartográfica se torna menos relevante para compreensão daquilo que as imagens, como signos, são capazes de fornecer. Aqui o que interessa são elementos característicos da terceiridade e, por isso, a base de agrupamento das imagens nos painéis são os aspectos convencional-simbólicos que puderam ser identificados no *corpus*. No que diz respeito a este tipo de aspecto, observa-se que certas marcas que já haviam sido vistas em imagens presentes em outros painéis agora retornam como foco da análise, pois aqui se está lidando com fenômenos da terceiridade, aos quais marcas de negócios / empresas, produtos e serviços pertencem, apesar de sua convencionalidade servir também como um elemento indicativo das empresas que as utilizam.

O primeiro painel relativo à terceiridade reúne principalmente registros de postagens realizadas pelo empreendimento anunciando eventos de terceiros que seriam realizados nos ambientes do *Offcina Café & Coworking*, como se mostra a seguir:

Painel semiótico 21 – Agenda de eventos (*Offcina*)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Nota-se que que as primeiras imagens do painel destacam eventos a ocorrer no mês de fevereiro e se estendem até novembro, mas não há registro de atividades realizadas nos meses de abril, maio e junho. A forma de apresentação das informações na primeira linha de imagens dificulta a leitura do tipo de eventos que estão sendo anunciados, mas ainda assim

é possível, a partir das imagens, criar um cronograma de eventos para que, na sequência, se possa discutir com mais clareza os aspectos convencionais-simbólicos trazidos pelas imagens que formam o painel.

Tabela 5 – Eventos no *Officina Café & Coworking* anunciados pelo empreendimento

Data	Horário	Local	Evento
16 fev	18h	Café	Degustação de chás Infusorina com <i>coworkers</i>
17 fev	19h	Café (gratuito)	SEBRAE Agentes da Inovação
18 fev	19h	Auditório	Lyonesse
	20h	Café (gratuito)	Balbúrdia
22 fev	19h30min	Auditório	Contabilidade para empreendedores
23 fev	19h	Café (gratuito)	SpeakOFF
24 fev	19h	Auditório	I Meeting de Alimentação Paleo de Blumenau
25 fev	19h30min	Café (gratuito)	Planejamento financeiro: cuide bem do seu dinheiro
	20h	Auditório	Lyonesse
02 mar	19h	Café (gratuito)	Lançamento do Portal do Software
		Auditório	<i>Workshop</i> de Gestão de Processos: do desperdício ao lucro
03 mar	19h	Café (gratuito)	Toptal and <i>Officina</i> : Tech Night
		Auditório (gratuito)	Lyonesse
01 jul	19h		SpeakOFF English Day
19 jul	19h		Projeção de filmes Willy Sievert
20 jul	17h às 19h		Show com a banda Wolken
21 jul	19h		Visita guiada e último dia da exposição fotográfica Primárias de Nilo Biazzetto Neto
25 jul			Oficina de figurino: vestindo almas emprestadas (por Vanessa Neuber)
18 ago	19h		Happy Hour PMI SC PMO: desafios do dia-a-dia e boas práticas para gerar resultados (palestrante: Daniella Zibordi)
25 ago			Uma visão legal das startups (<i>workshop</i> para startups) Encontro com os advogados Filipe Strake e André Schneider – 1º encontro: Contratos
26 ago			Home Sessions: classic blues com o músico Leo Maier
27 ago			Uma boa dose de intervenções <i>Workshop</i> com João Krieger e Humberto Filho sobre intervenções urbanas
08 set	17h às 19h	(gratuito)	All That Jazz Show com Jazzmine Trio
10 set			Uma visão legal das startups (<i>workshop</i> para startups)

			Encontro com os advogados Filipe Strake e André Schneider – 2º encontro: relacionamento com cliente, organização e formação de parcerias
17 set		(gratuito)	Introdução ao “Formação Internacional em Coaching Integral Sistêmico
22 set			<i>Workshop</i> IsCool: Facebook Ads para iniciantes
23 set			
29 set	19h		Bate-papo – <i>Offcina</i> e Glóbulo convidam SpeakOFF – Hora de falar inglês
02 out			Curso – Mídias Sociais: Marketing de Conteúdo
03 out			
09 out	19h às 21h		Reeducação Financeira (com Tássia Matos)
27 out	19h		SpeakOFF – second edition
	18h às 20h30min		EcoChic Brechó Itinerante
22 nov	17h		Galeria +: moda, design, lazer As marcas de moda mais renomadas de Blumenau e região em um só lugar

Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Dispensando digressões para buscar um significado mais profundo, pois tal procedimento tornaria a análise demasiadamente extensa e a ideia é extrair o potencial significativo contido nas imagens mesmas, destaca-se a relação dos eventos com uma grande quantidade de marcas e pessoas:

Tabela 6 – Marcas e pessoas envolvidas nos eventos anunciados pelo empreendimento

Marcas	Pessoas
Infusorina	Willy Sieviert
Sebrae	Banda Wolken
Lyoness	Nilo Biazetto Neto
Balbúrdia	Vanessa Neuber
SpeakOFF	Filipe Starke
Toptal	André Schneider
PMI SC	Leo Maier
IsCool	Daniella Zibordi
Glóbulo	João Krieger
EcoChic	Humberto Filho
	Jazzmine Trio
	Tássia Matos

Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Além da variedade de marcas e pessoas envolvidas nos eventos, é possível também notar a variedade de assuntos que são discutidos, seja no ambiente mais descontraído do café, ou de forma mais sistematizada no auditório, oferecidos gratuitamente ou não, como palestras, *workshops* e cursos. Destacam-se assuntos relacionados à gestão, como Contabilidade, Planejamento Financeiro, Contratos, Relacionamento com Clientes, Organização e Formação de Parcerias, Gestão de Processos e Geração de Resultados. Também é possível identificar assuntos relacionados à tecnologia, como Inovação, Startups, Facebook Ads e Marketing de Conteúdo. O destaque para estes assuntos denota uma percepção do espaço como ponto de encontro de pessoas que empreendem em formatos de negócio mais contemporâneos. Além destes, ainda aparecem discussões sobre Alimentação Paleolítica, Figurino, Intervenções Urbanas e Coaching Integral Sistêmico, demonstrando que assuntos de outras naturezas também encontram receptividade no *Offcina Café & Coworking*.

Além de atividades de cunho mais informativo, foi possível identificar a realização de eventos de arte (projeção de filmes, show, exposição fotográfica com visita guiada, sessão de blues clássico), gastronomia (degustação de chás), moda (venda de roupas de brechó e marcas de moda) e até prática de idiomas (*SpeakOFF*), além de eventos voltados à socialização (*Happy Hour*). E, por fim, percebe-se que as imagens têm papel secundário, apenas colaborando para reforçar as mensagens verbais.

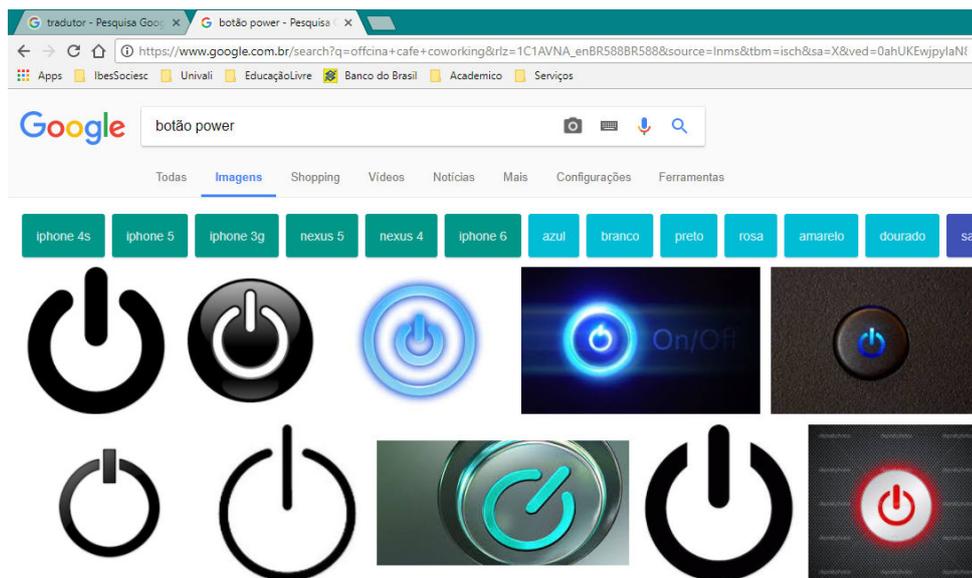
O uso de palavras e expressões em língua inglesa (*Speak off, english day, happy hour, home sessions, all that jazz, coaching, second edition*), assim como de termos técnicos das áreas de tecnologia e inovação, como Facebook Ads e *startups*, sugere que a programação de eventos se dirige a um público que tem algum domínio do idioma. Aqui é pertinente destacar duas questões relacionadas à identidade do empreendimento: seu logotipo e seu apelido. O recorte a seguir dá destaque ao logotipo:

Figura 54 – Logotipo do *Offcina Café & Coworking*



O logotipo do empreendimento é formado por um símbolo e um texto. O símbolo consiste de dois círculos concêntricos, sendo que no espaço entre os círculos, bem ao centro, na parte superior, uma pequena linha reta parte da região central do espaço e se conecta com o círculo interno. Este símbolo remete àquele utilizado em aparelhos como celulares e computadores para a função liga / desliga, como ilustra a figura a seguir:

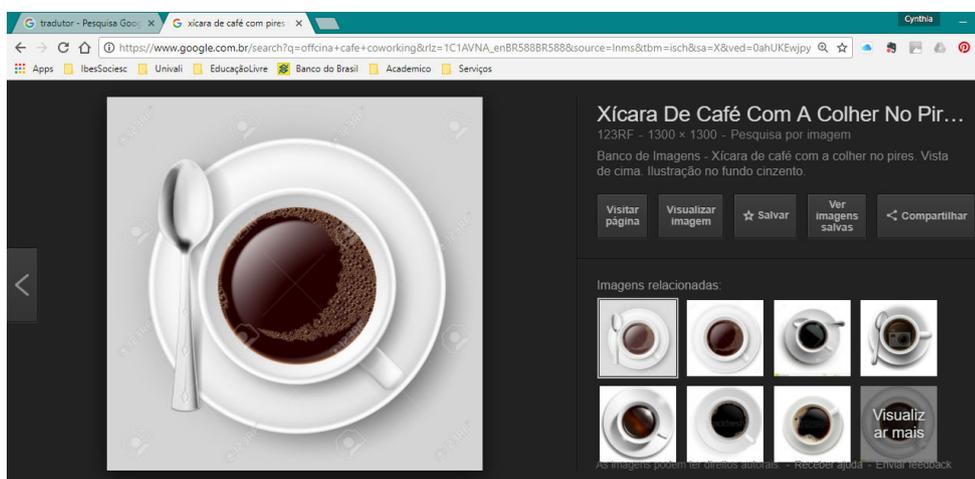
Figura 55 – Exemplos de símbolo de liga / desliga



Fonte: Google Imagens, 2017.

Ao mesmo tempo, as linhas lembram os contornos de uma xícara de café sobre um pires quando vista de cima, como ilustra a figura a seguir:

Figura 56 – Exemplos de contornos de uma xícara de café sobre um pires quando vista de cima



Fonte: Google Imagens, 2017.

Apesar da grafia modificada, a palavra que dá nome ao empreendimento é oficina que, de acordo com o Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa (MICHAELIS, 2015) é um substantivo feminino que pode significar:

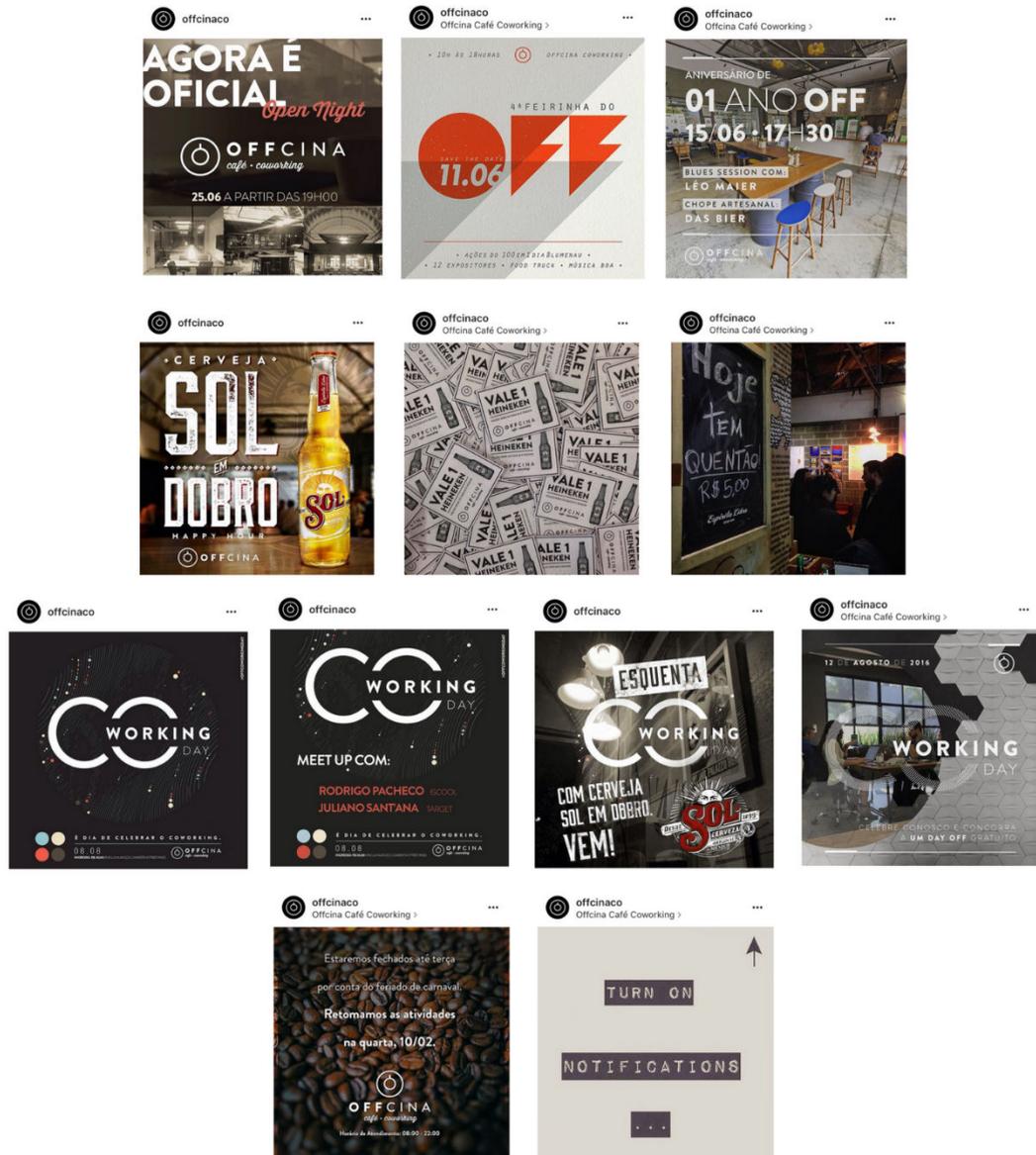
- 1 Lugar onde se exerce um ofício.
- 2 Lugar onde trabalham os oficiais e aprendizes de algum ofício ou arte: “As carteiras seriam fabricadas e consertadas nas oficinas da própria Prefeitura” (CRB).
- 3 Local onde funciona o maquinismo de uma fábrica.
- 4 Lugar onde estão os instrumentos de uma indústria, arte ou profissão.
- 5 Local aonde são levados os veículos automotivos para conserto.
- 6 Parte de uma igreja, de um convento etc. destinada a refeitório, despensa ou cozinha.
- 7 Curso de curta duração que envolve estudo e trabalho prático, no qual os participantes partilham experiências; *workshop*: “Em trabalho com os professores de educação artística [...] são promovidas oficinas de arte com o objetivo de fazer, por exemplo, peças de argila [...]” (NG).
- 8 V laboratório, acepção 1.

Em relação à grafia, a palavra está escrita dando destaque em negrito para o OFF (**OFFCINA**), que é usado como ‘apelido’ para o empreendimento e que, na língua inglesa, tem como um dos seus vários significados o adjetivo ‘desligado’, guardando, portanto, relação com o símbolo da marca. Assim, expressões já vistas como *Speak Off* (painel semiótico 22, p. 125) implicam significados específicos para os frequentadores do espaço. *Speak of* é uma expressão que pode ser traduzida livremente como ‘falar sobre’, o que tem sentido para um evento que convida as pessoas a falar inglês. Já a grafia *speak off*, a princípio, não faria sentido em inglês (seria algo como ‘falar fora’), mas como o evento acontece no *Offcina* e a sonoridade de *of* e *off* é a mesma, nota-se que foi feito um jogo de palavras para associar a temática do evento ao lugar em que ele ocorre.

Para encerrar as análises relativas ao logotipo, destaca-se que a palavra café aparece antes da palavra *coworking* e que ambas indicam o âmbito do negócio. A analogia do símbolo do logotipo com uma xícara de café sobre um pires reforça a ideia da palavra café e o volume de atividades que ocorre no espaço físico do café também é uma indicação de que este ambiente é conceitualmente mais relevante no empreendimento que o espaço de *coworking* (não há como discutir, em vista dos dados, se esta visão se reflete no quesito faturamento).

Retornando ao *corpus*, também foi possível construir um painel apenas com eventos promovidos pelo próprio *Offcina Café & Coworking*:

Painel semiótico 22 – Eventos do *Offcina Café & Coworking (Offcina)*



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A primeira linha de imagens destaca eventos de socialização e entretenimento promovidos pelo empreendimento. Da esquerda para a direita: uma *open night* (noite aberta, em tradução livre) em comemoração ao fato de que agora o empreendimento estaria oficialmente aberto, uma feirinha do OFF (apelido do empreendimento) com ações do 100em1Dia Blumenau (movimento social global pela cidadania), 12 expositores, *food truck* (termo utilizado para designar veículos estilizados e adaptados para produzir e servir refeições nas ruas) e música boa, e a comemoração de um ano de existência do OFF (apelido do empreendimento), com sessão de blues com o músico Léo Maier e chope artesanal da marca Das Bier. Nota-se que tanto terceiros que realizam eventos no espaço quanto o próprio

empreendimento divulgam informações verbais utilizando palavras e expressões em língua inglesa, reforçando a ideia de que as mensagens se destinam ao público que tem intimidade com um segundo idioma. Nota-se também o interesse em celebrar a existência do empreendimento e de proporcionar momentos de socialização e descontração nestes momentos. A figura a seguir destaca as imagens descritas:

Figura 57 – Eventos sociais do *Offcina Café & Coworking* (painel semiótico 23)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Na sequência do painel, as imagens da segunda linha se referem a promoções do empreendimento relacionadas a bebidas alcoólicas, o que sugere que ali o fato de se estar, muitas vezes, em situações de trabalho não implica em proibições (mesmo que de cunho apenas moral) em relação ao consumo de bebidas alcoólicas, especialmente se a estes registros forem ligados os vários outros em que foi possível identificar garrafas de cerveja em outros pontos da análise. A figura a seguir dá destaque a estas imagens:

Figura 58 – Promoções de bebidas do *Offcina Café & Coworking* (painel semiótico 23)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A imagem mais à esquerda destaca que no *Happy Hour* o consumidor que comprar uma cerveja Sol ganha mais uma. Na imagem central são mostrados pequenos pedaços de papel com texto, marca do empreendimento e a ilustração de uma garrafa de cerveja, anunciando que, em dois dias determinados, a pessoa que apresenta o cupom tem direito a uma Heineken (marca de cerveja). Por fim, a última imagem registra um pequeno quadro de giz cujo texto informa que naquela data o local oferecia quentão ao preço de R\$ 5,00.

A terceira linha de imagens trata de várias ações relacionadas a um único tipo de evento, o que se percebe pela repetição, em todas elas, de uma mesma expressão, caracterizada visualmente de forma idêntica: *Coworking Day* (Dia do *Coworking*, em tradução livre), como se pode observar na figura a seguir:

Figura 59 – Ações de *Coworking Day* do *Offcina Café & Coworking* (painel semiótico 23)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A primeira imagem dá destaque para a identidade visual do ‘*Coworking Day*’ e informa que 08 de agosto é dia de celebrar o *coworking* e que os ingressos para participar do evento custam R\$ 30,00, incluindo almoço, camiseta e *free pass* (passe livre, em tradução livre). A segunda imagem guarda profunda semelhança visual com a primeira, mas está acrescida de informações sobre a realização de um *meet up* (encontro, em tradução livre) com Rodrigo Pacheco, da empresa IsCool e Juliano Sant’Ana, da empresa Target. A terceira imagem é um convite para um ‘esquenta’ para o *Coworking Day* no qual haverá promoção de cerveja mexicana Sol (cerveja em dobro, promoção do tipo pague um, leve dois). Além da identidade visual do evento, destaca-se na imagem a identidade visual da marca de cerveja em promoção. A última imagem fornece informações sobre as ações de *Coworking Day* do empreendimento para o ano de 2016 (as anteriores eram de 2015). Nota-se uma série de diferenças na constituição dos elementos visuais da imagem em relação às demais, tanto na identidade do ‘*Coworking Day*’ quanto na imagem de fundo e a mensagem está relacionada a

uma promoção: “celebre conosco e concorra a um *day off* gratuito”. Nota-se, aqui, mais um jogo de palavras com o apelido do empreendimento, pois *day off*, em inglês, é uma expressão que pode ser traduzida como ‘dia de folga’, mas em vista do contexto em que a expressão aparece (“celebre conosco e concorra a um *day off* gratuito”), não haveria sentido em oferecer um dia de folga gratuito, mas sim um ‘dia no Off(cina)’, que é do que trata realmente a promoção.

Neste ponto acreditou-se importante fazer uma digressão. Segundo o site oficial do evento, “o *Coworking Day* é celebrado mundialmente por milhares de *coworkings* espalhados pelo mundo para comemorar de diversas maneiras a criação [do] termo/conceito de ‘*coworking space*’”. A data oficial do evento é 09 de agosto. No Brasil, as celebrações iniciaram em 2012 e: “Em 2016, o evento chegou na marca de mais de 150 espaços cadastrados e 350 *coworkers* inscritos em todo o Brasil” (COWORKING DAY, 2017)

Em vista destas atividades, percebe-se que o empreendimento faz questão de se integrar à rede mundial de espaços de *coworking* e colaborar na promoção do conceito. Já a última linha de imagens destoa do conteúdo das demais, dando enfoque a informações úteis, como se pode observar com mais detalhes na imagem a seguir:

Figura 60 – Informações sobre o *Offcina Café & Coworking* (painel semiótico 23)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

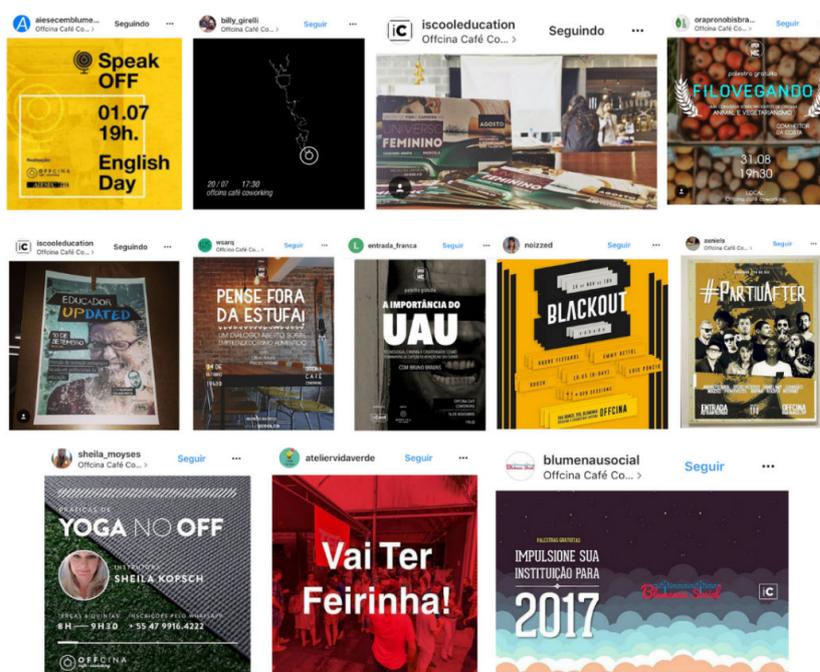
Na primeira imagem destaca-se ao fundo, grãos de café, sobre o plano de fundo, a informação de que o empreendimento estará fechado até terça por conta do feriado de Carnaval, retornando às atividades na quarta-feira daquela semana, destaca a identidade visual

do empreendimento e que seu horário de atendimento é das oito horas da manhã às dez horas da noite.

A segunda imagem, visualmente mais simples que a primeira, dá destaque ao texto a partir de uma simulação de texto escrito em máquina de escrever sobre etiqueta identificadora e diz “*Turn on notifications ...*” (ative as notificações, em tradução livre). A seta apontando para o alto, localizada no canto superior direito da imagem, e que leva o olhar para os três pontos que aparecem logo acima na moldura de identificação do aplicativo Instagram, sugere que o empreendimento está convidando seus seguidores a ativarem o serviço de notificação de novas mensagens oferecido pela plataforma, o que é possível de se fazer clicando sobre os três pontos¹⁶. O uso da expressão *turn on* (ativar, ligar, em tradução livre) sugere um jogo de palavras com o apelido do empreendimento, que forma a expressão antônima *turn off* (desligar, desativar, em tradução livre).

Os frequentadores também divulgam eventos que acontecem no *Offcina Café & Coworking*, mas em menor frequência que o empreendimento e com apenas duas coincidências entre eles: o *SpeakOFF* do dia primeiro de julho e o show com a banda Wolken, em vinte de julho, como mostra o painel a seguir:

Painel semiótico 23 – Agenda de eventos (Frequentadores)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

¹⁶ O serviço faz com que o usuário seja informado toda vez que um perfil selecionado faça uma publicação na plataforma.

Um cronograma de eventos foi criado a partir das informações para que se possa discutir com mais clareza os aspectos convencionais-simbólicos trazidos pelas imagens que formam o painel.

Tabela 7 – Eventos no *Offcina Café & Coworking* anunciados por frequentadores

Data	Horário	Local	Evento
01 jul	19h		Speak OFF: English Day
20 jul	17h30		Wolken
agosto			Gestão de vida de carreira no universo feminino Coaching grupo com Marcela Eduarda
31 ago	19h30	(gratuito)	Filovegando: uma conversa sobre produtos de origem animal e vegetarianismo com Heitor Costa
10 set			Educador Updated: Imersão de cocriação pedagógica focada em profissionais da educação com Gustavo Caldas Brito
04 out	19h30	(gratuito)	Pense fora da estufa: um diálogo aberto sobre empreendedorismo alimentício com Lilian Souza e Priscila Weber
16 nov		(gratuito)	A importância do uau: tecnologia, cinema e criatividade como ferramentas de captação de atenção do seu cliente com Bruno Brauns
19 nov	18h		Blackout André Fistarol, Emmy Betiol, Bruch, Lu.Ke (B-Day), Luis Pôncio +B2B Sessions
18 dez	8h às 17h		#PartiuAfter André Fistarol, Bruno Medeiros, Daniel May, Guimarães, Noizzed, PrimitiveCool, Raffar, Rekoever, Restrikt
			Práticas de yoga no OFF (Instrutora Sheila Kopsch) Terças e quintas
			Vai ter feirinha
		(gratuito)	Impulsione sua instituição para 2017

Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Os dois primeiros eventos da tabela, destacados em rosado, coincidem com eventos de terceiros divulgados pelo *Offcina Café & Coworking* (painel semiótico 22, p. 125). Do mesmo modo como foi feito em relação aos eventos divulgados pelo empreendimento, digressões para buscar um significado mais profundo foram dispensadas. Na comparação com os eventos divulgados pelo empreendimento, no qual havia um equilíbrio na divulgação de

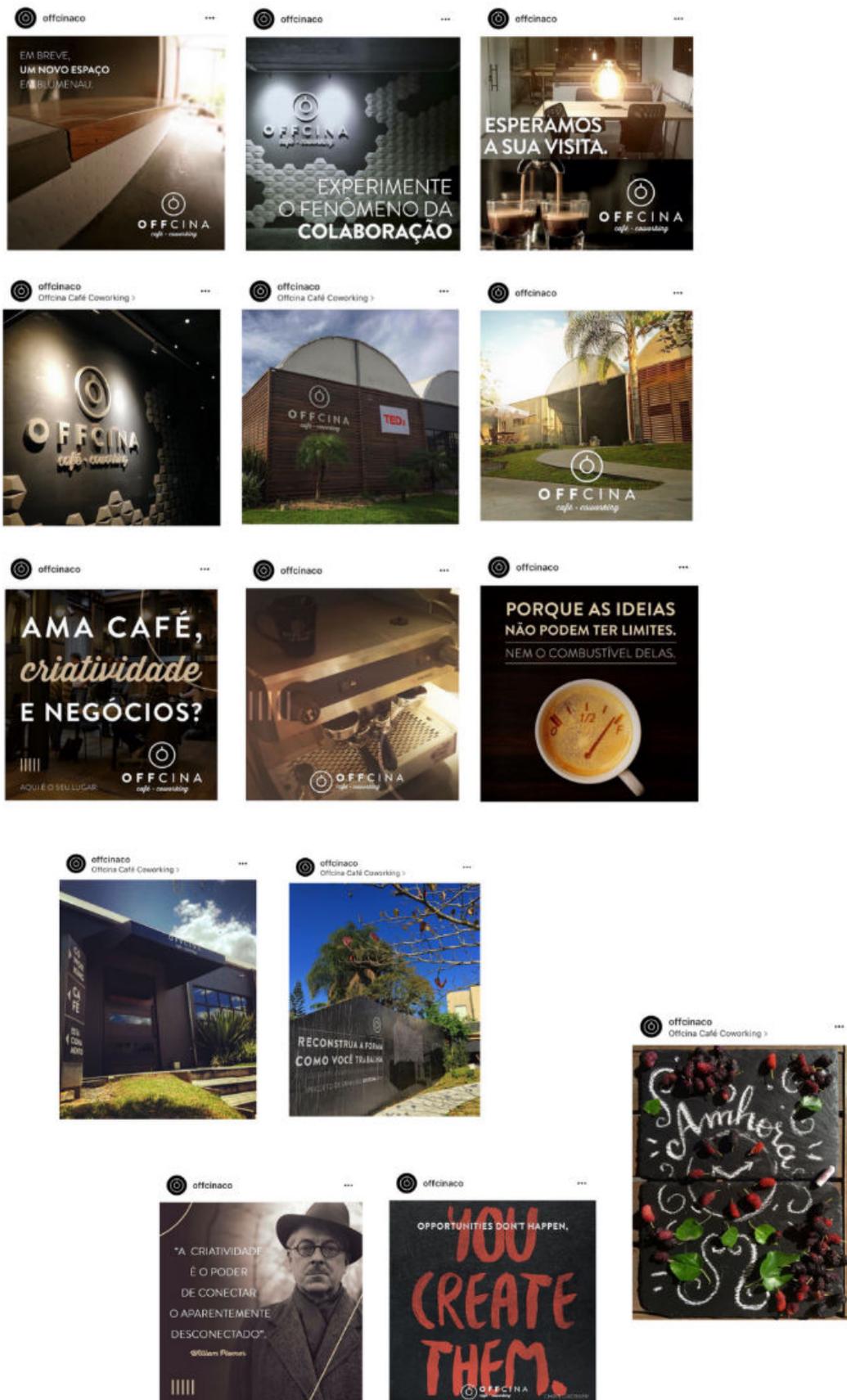
pessoas e marcas, nota-se um destaque muito maior a pessoas nos eventos divulgados pelos frequentadores e as pessoas não são as mesmas que aparecem nos conteúdos do *Offcina*.

Também há uma diferença em relação aos tipos de assunto destacados. Enquanto o *Offcina* destaca mais palestras, oficinas e cursos relacionados à Gestão e Tecnologia, os frequentadores dão ênfase a este tipo de assunto tanto quanto àqueles de outras naturezas, como alimentação (Filovegando / Pense fora da estufa) e atividades de cunho não informativo. Neste âmbito, o maior destaque é para festas cuja base é música (Banda Wolken / Blackout / #PartiuAfter).

O uso de palavras e expressões em língua inglesa (*Speak off, coaching, updated, blackout, after*), reforça a ideia de que a programação de eventos se dirige a um público que tem algum domínio do idioma. Por fim, numa conexão com outras análises já realizadas, a divulgação de práticas semanais de yoga no empreendimento confirma que as atividades realizadas na área externa do empreendimento, tanto pelo *Offcina* quanto por frequentadores, se tratavam realmente de uma atividade física de cunho mais meditativo.

Além dos eventos (próprios e de terceiros), foi possível elaborar um painel cujas imagens trazem ideias sobre valores e filosofia do empreendimento, como se mostra a seguir:

Painel semiótico 24 – Ideias do *Offcina Café & Coworking (Offcina)*



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A primeira linha une imagens que mostram registros do espaço como fundo para aplicação do logotipo do empreendimento e textos, sendo o primeiro mais voltado a criar suspense e os outros dois, a convidar o leitor a ação, como se pode observar melhor na figura a seguir:

Figura 61 – Criando curiosidade pelo empreendimento (painel semiótico 25)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A primeira imagem contém um registro de enquadramento bem próximo do balcão de atendimento do café, com bastante sensação de profundidade, além de um contraste de iluminação, sendo as partes esquerda e inferior mais escuras e o canto superior direito bastante iluminado, o que traz a sensação de um lugar amplo. No canto superior esquerdo lê-se: “em breve **um novo espaço** em Blumenau”. No canto inferior direito há a aplicação do logotipo do empreendimento. Nota-se que esta imagem foi produzida no período anterior à inauguração do empreendimento dada a expressão ‘em breve’, que implica em algo que ainda não aconteceu e o interesse de apresentar o *Offcina Café & Coworking* como ‘um novo espaço’ que estaria surgindo na cidade.

A segunda imagem é um registro da parede de fundo da área de recepção do espaço de *coworking*, que possui a aplicação do logotipo em branco sobre uma parede cinza decorada com peças hexagonais também na cor branca, formando um desenho abstrato que dá destaque para a área onde se posiciona o logotipo, o qual também recebe duas fontes de iluminação artificial. Nesta imagem a intenção parece ser relacionar o empreendimento com a ideia de colaboração, vista a frase que acompanha a imagem: “experimente o fenômeno da **colaboração**”. Em vista do uso do verbo experimentar, sugere-se que seja algo novo, ainda não conhecido pelas pessoas e a flexão ‘experimente’ apela ao leitor como um convite a conhecer o espaço.

A terceira imagem apresenta dois registros de fundo. Na parte superior, uma visão da sala de reunião mais próxima do auditório e do espaço de *coworking* (nota-se a existência de uma parede do lado esquerdo na área do *coworking*) a partir da parede de vidro que separa a área do café. Apesar de não haver nos vidros, no momento do registro, as adesivações, nota-se uma das lâmpadas que ilumina esta região do café bem ao centro da porção superior da imagem, assim como a disposição dos ambientes, o que permite deduzir o posicionamento do autor do registro. Na porção inferior da imagem, um destaque do que parece ser a máquina de café espresso, mostrando apenas os bicos ejetores enchendo dois pequenos copos de vidro com um líquido escuro. Ao lado, aplicação do logotipo do empreendimento e, na parte central esquerda da imagem a frase “esperamos sua visita”. A frase denota um convite para conhecer o empreendimento e as imagens de fundo sugerem que a pessoa pode tanto ir a trabalho quanto apenas para tomar um café no local.

Na segunda linha de imagens do painel o destaque de texto fica especialmente para o logotipo do empreendimento, como mostra o recorte a seguir:

Figura 62 – Mostrando a estrutura do empreendimento (painel semiótico 25)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Estas imagens parecem buscar uma atenção mais contemplativa do leitor, usando registros de fundo que, no caso das duas imagens mais à direita, remetem muito àquelas percebidas na análise do painel semiótico 01, que trata de elementos de primeiridade. Na imagem mais à esquerda, o enquadramento permite contemplar a sensação de profundidade proporcionada pelos efeitos de luz e sombra, bem como sensações de texturas proporcionadas na relação da parede com suas aplicações do logotipo e de elementos decorativos. As cores cinza e branco são cores representativas da estrutura dos ambientes internos do empreendimento, como já se pôde observar em outros momentos de análise e esta parede

remete, então, àqueles ambientes para quem já conhece o espaço. Já para quem não o conhece, a parede pode gerar uma expectativa em reencontrar este padrão em outros espaços.

A imagem central mostra um registro da área frontal da estrutura do empreendimento num dia de céu azul com nuvens. Na porção superior da imagem é possível observar as linhas curvas amplas da estrutura do telhado com cobertura branca, que se contrastam com o padrão de linhas retas horizontais, estreitas e bem aproximadas entre si, da estrutura de madeira que se sobrepõe às paredes. No canto direito é possível ver a parede, pintada de preto, mais acima e, logo abaixo, uma estrutura quadriculada também negra que sustenta peças de vidro escuro. Em torno do prédio, gramado, palmeiras e vegetação arbustiva. Destacados no centro da imagem, o logotipo do empreendimento aplicado sobre a estrutura de madeira e, ao seu lado, uma bandeira branca com a sigla TEDx. A imagem, assim, além de mostrar uma relação entre a marca do empreendimento e aquela expressa na bandeira, ainda cria a relação da marca com o espaço em que o logotipo aparece aplicado, o qual traz sensações do mesmo tipo daquelas analisadas no painel semiótico 01.

A imagem mais à esquerda mantém alguns padrões parecidos com a imagem anterior (linhas curvas amplas da estrutura do telhado com cobertura branca, que se contrastam com o padrão de linhas retas horizontais, estreitas e bem aproximadas entre si, da estrutura de madeira que se sobrepõe às paredes; gramado, palmeiras e plantas arbustivas em torno do prédio), mas mostra a porção final da estrutura, permitindo observar o *lounge* externo, com mesa com guarda-sol e cadeiras no entorno e o caminho de cimento que leva à área interna do café, cuja visibilidade é ampla visto que não há porta ou parede fechando o espaço, o qual parece ainda não estar finalizado, tendo em vista a ausência de mobiliário e os sacos empilhados em frente à entrada, que lembram sacos de cimento. Sobre a porção inferior da imagem está aplicado o logotipo do empreendimento, sugerindo ao leitor uma relação entre a marca e o espaço retratado.

A terceira linha de imagens dá ênfase a um elemento bastante apreciado pelos frequentadores do espaço, o café:

Figura 63 – *Offcina CAFÉ (& Coworking)* (painel semiótico 25)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Na imagem à esquerda o registro de fundo é mera decoração, pois o espaço retratado não é o *Offcina*. O destaque fica todo para o texto, que é uma pergunta: “Ama café, criatividade e negócios?” Na porção inferior da imagem, à esquerda lê-se: “aqui é o seu lugar” e à direita vê-se aplicado o logotipo do empreendimento. A pergunta está relacionada a paixões, visto que traz o verbo amar, e as paixões, no caso, seriam, em primeiro lugar, café, em seguida, criatividade e, por fim, negócios. A intenção da interpelação direta parece ser a identificação de público que condiga com a proposta do espaço, visto que, se a resposta for sim, a afirmação “aqui é o seu lugar”, seguida da logomarca do empreendimento, sugere que o *Offcina Café & Coworking* é um espaço para amantes de café, criatividade e negócios e se o leitor se identificar com estas paixões, deveria frequentar o espaço.

A imagem central é um registro da parte frontal de uma máquina de café espresso, sobre a qual se encontra uma caneca preta com a aplicação do logotipo do empreendimento. Na porção mais central da parte inferior da imagem também é possível ver o logotipo. Sua aplicação sugere uma relação entre o café espresso e o *Offcina Café & Coworking*. Como se pode notar pela análise do painel semiótico 07 (p. 90), os frequentares apreciam muito o café servido no espaço.

Já a imagem mais à direita chama a atenção tanto pelo texto quanto pela imagem. O texto diz “porque as ideias não podem ter limites, nem o combustível delas”. Abaixo do texto há a imagem de uma xícara vista de cima e em seu interior se vê o que parece ser café, mas sobre a espuma há a aplicação de alguns símbolos que denotam um marcador de combustível de carro, que estaria marcando tanque cheio em vista da posição do ponteiro em relação aos marcadores 0 (zero), 1/2 (meio) e F (de *full*, palavra em inglês para cheio, em tradução livre). A imagem sugere, assim, pela relação entre texto e imagem, que o café é combustível para a geração de ideias, mas não permite saber o que se está justificando com

este argumento, pois a frase começa com a palavra ‘porque’ em grafia que denota relação entre causa e efeito, tendo sido apresentado apenas o efeito¹⁷.

As duas imagens que aparecem na sequência do painel também apresentam uma forte relação qualitativa-icônica, percebida nos contrastes de cores entre azul, verde, cinza e preto. A primeira imagem é um registro da porta de entrada do espaço de *coworking* (que também tem acesso para o café), que se situa na lateral do terreno. À direita da porta é possível ver a janela lateral do espaço de *coworking* e, à esquerda, a placa de indicação dos espaços (*coworking*, café e estacionamento). Na parte frontal do toldo que fica sobre a porta é possível ver a parte escrita do logotipo do empreendimento e a imagem deixa bastante presente o contraste entre a solidez em negro e cinza da estrutura contra o azul do céu, o branco da nuvem e o verde das plantas. A outra imagem do conjunto segue estes mesmos padrões, como se pode observar melhor a seguir:

Figura 64 – Natureza e civilização (painel semiótico 25)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

¹⁷ Como curiosidade para o leitor, este conteúdo remete ao fato de que o *Offcina Café & Coworking* decidiu beneficiar seus *coworkers* com refil de café, de modo que, a partir de uma taxa única diária, o *coworker* pode se servir quantas vezes quiser. Esta postagem no Instagram era acompanhada de um texto de apoio que explicava isto.

Apesar das semelhanças qualitativo-icônicas, o registro é dos fundos do empreendimento, mostrando o isolamento da área posterior do *lounge* externo para a construção do novo prédio. Vê-se que a estrutura de isolamento da área recebeu a aplicação de algum tipo de cobertura de cor negra, sobre a qual se destacam os seguintes dizeres em branco: “Reconstrua a forma como você trabalha. Projeto de expansão *Offcina* 2016”. Acima do texto, o símbolo do logotipo do empreendimento e, ao lado, alguns grafismos que sugerem o formato do prédio que ocupará o espaço isolado. Nota-se um jogo de palavras com o verbo reconstruir, pois, ao mesmo tempo que a estrutura de isolamento indica que haverá uma construção sendo realizada no espaço, o texto sugere ao leitor que construa novamente sua forma de trabalhar, propondo, portanto, uma reflexão sobre modelos de trabalho. O convite a ação subentendido na flexão do verbo (reconstrua), seguido da informação sobre o projeto de expansão dá a entender que o *Offcina Café & Coworking* é um local adequado para quem se interessar por esta reconstrução, visto que está se preparando para poder acolher mais pessoas.

A última linha de imagens do painel apresenta duas citações de terceiros e uma arte feita com giz sobre quadro negro e frutas e folhas de amoreira:

Figura 65 – Criatividade e ação (painel semiótico 25)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A primeira imagem apresenta o retrato de um homem já com certa idade (cabelo e bigodes já grisalhos), usando itens de vestuário (chapéu, óculos, echarpe e casaco) que denotam uma época passada ou uma pessoa mais tradicional. Não há aplicação do logotipo do empreendimento na imagem, apenas a seguinte citação: “A criatividade é o poder de conectar o aparentemente desconectado”, atribuída a William Plomer. Já tendo sido percebida a relação do empreendimento com a questão da criatividade (o espaço busca pessoas que amam

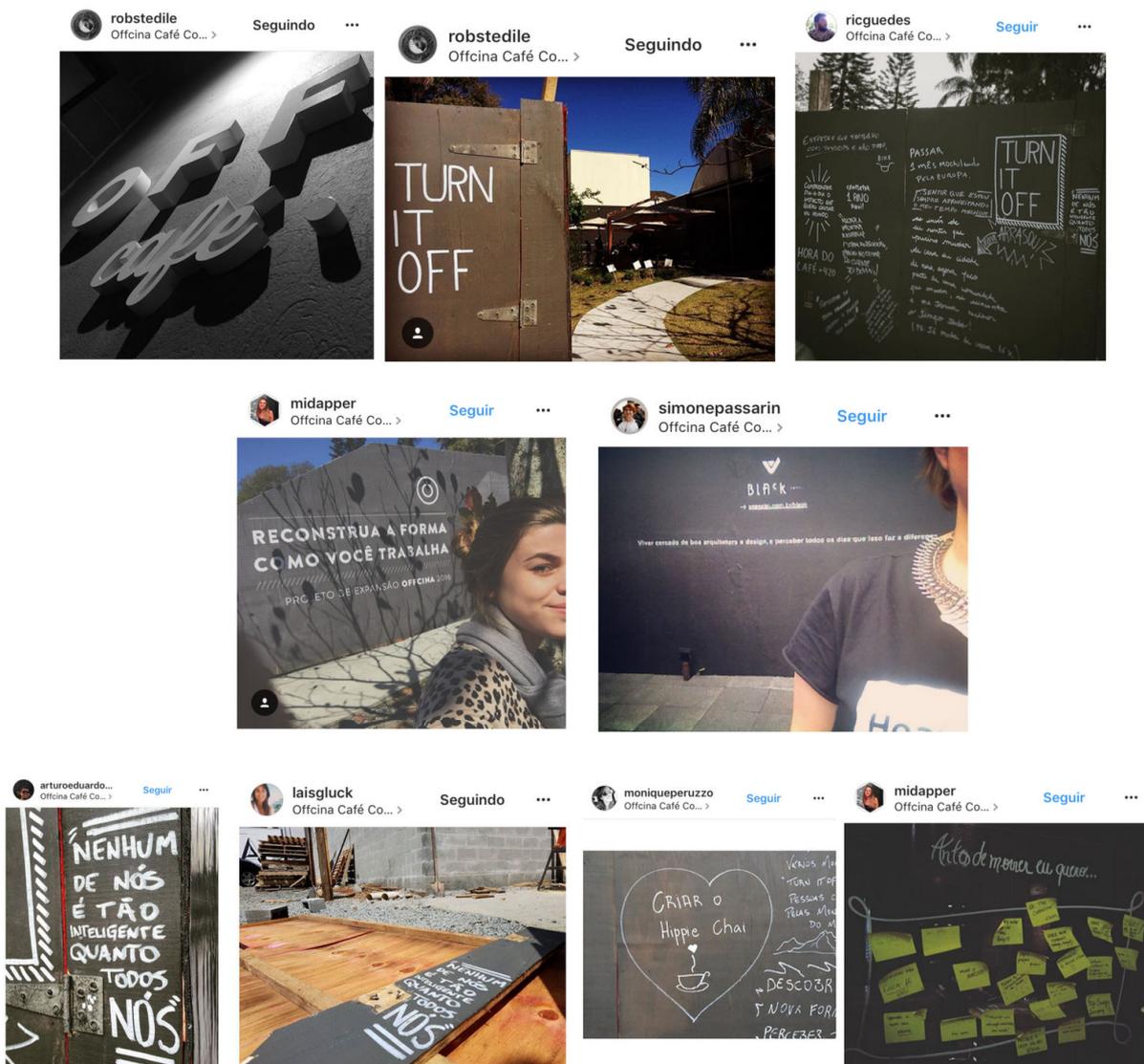
criatividade), a mensagem aponta um entendimento sobre o que vem a ser criatividade, relacionando esta habilidade à criação de conexões.

A segunda imagem é constituída apenas por texto e nota-se uma grande diferença de tipologia entre a primeira e a segunda partes da frase, que está escrita em inglês. A primeira parte, em branco, tamanho pequeno e fonte bastante simples e característica de programas de edição de texto, diz: “*opportunities don’t happen*” (oportunidades não acontecem, em tradução livre). Já a segunda parte, ocupando todo o espaço da imagem, em letras grande e de cor vermelha, parecendo ter sido escritas à mão com algum tipo de canetão ou pincel, diz: “*you create them*” (você as cria, em tradução livre). A frase é atribuída a Chris Grosser. Nesta imagem foi feita a aplicação do logotipo do empreendimento, ligando a frase ao *Offcina*. A ideia de que oportunidades não acontecem, mas são criadas pelas pessoas sugere que é preciso que as pessoas sejam ativas em relação aos acontecimentos se quiserem realizar alguma coisa.

A última imagem é o registro de uma criação com apelo bastante qualitativo-icônico, que se utiliza de diferentes materiais (giz branco, base negra e folhas e frutas da amoreira) para ilustrar um relógio e de uma brincadeira com as palavras ‘amora’ e ‘hora’ (criando ‘amhora’) para nomeá-la. Uma interpretação possível é a de que é tempo de amoras no *Offcina* (conforme visto em outros momentos da análise, existe uma amoreira no fundo da área do *lounge* externo).

O painel a seguir, elaborado com registros dos frequentadores mostra algumas semelhanças entre as ideias do empreendimento e suas próprias e aponta, ainda, outras questões que consideram dignas de registro e compartilhamento em relação ao *Offcina*:

Painel semiótico 25 – Ideias sobre o *Offcina Café & Coworking* (Frequentadores)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Toda a primeira linha de imagens do painel está relacionada à palavra ‘off’, que é usada para designar o empreendimento e que está relacionada à ação de desligar. A figura a seguir permite observar estas imagens com mais detalhes:

Figura 66 – *Turn it off* (painel semiótico 26)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A primeira imagem é um enquadramento de detalhe do logotipo do *Offcina Café & Coworking* que se encontra na parede de fundo da recepção da área de *coworking* e destaca duas palavras apenas: OFF e café. Este registro sugere que o autor percebe e deseja compartilhar uma relação entre o empreendimento e seu café (seja a bebida ou o espaço). Já o segundo registro dá destaque a uma expressão com a palavra *off*: *turn it off*, que, em tradução livre, quer dizer ‘desligue isso’. É possível notar que a expressão foi escrita sobre a estrutura de isolamento da área de construção do novo prédio, sendo possível observar, na metade direita da imagem, o caminho para o café e o *lounge* externo ao fundo. Em seus aspectos qualitativo-icônicos, esta imagem guarda bastantes semelhanças com as imagens produzidas pelo empreendimento no que diz respeito às cores (cinza, azul, verde). A imagem seguinte é um plano diferente da mesma área em que, na imagem anterior, se destacam os dizeres “*turn it off*” e mostra que a estrutura de isolamento da área de construção do novo prédio foi transformada em um painel, no qual os dizeres registrados anteriormente sofreram uma intervenção (desenho de moldura) e em que várias pessoas deixaram mensagens, as quais, na medida em que puderam ser lidas, são reproduzidas a seguir:

1. “Entender que trabalho ‘com’ pessoas, não ‘para’”
2. “*bike*” (bicicleta)
3. “Compreender dia-a-dia o impacto que quero causar no mundo”
4. “Completar um ano aqui”
5. “Voltar a projetar e entregar uma obra do escritório, o brilho no olhar do cliente foi demais”
6. “Hora do café: 4:20”
7. “Passar um mês mochilando pela Europa”
8. “Sentir que estou sempre aproveitando meu tempo melhor”
9. “Ao invés de eu sentir que preciso mudar de casa ou cidade de novo, agora faço parte de uma comunidade que muda, se reinventa e me torna melhor o tempo todo. (P.S.: já mudei de casa 16x)”
10. “Arrasou” (comentário relacionado à mensagem anterior)

11. “Nenhum de nós é tão inteligente quanto todos nós”

A forma de redação de algumas mensagens, iniciando com os verbos entender, compreender, completar, passar e sentir no infinitivo indica que as pessoas expressaram desejos no painel, coisas que gostariam de fazer:

12. “Entender que trabalho ‘com’ pessoas, não ‘para’”
 13. “Compreender dia-a-dia o impacto que quero causar no mundo”
 14. “Completar um ano aqui”
 15. “Passar um mês mochilando pela Europa”
 16. “Sentir que estou sempre aproveitando meu tempo melhor”

Alguns desses desejos são de cunho cognitivo. Entender que se trabalha com pessoas e não para pessoas é um deles. Neste caso, a troca de preposições indica também uma troca de posições de relacionamento no trabalho, saindo de uma relação de serviço (para pessoas) para uma relação de parceria (com pessoas). Compreender diariamente o impacto que pretende causar no mundo também é um desejo de cunho cognitivo, o qual implica um entendimento constante da relação entre as ações pessoais e a coletividade. Nota-se, em ambos os casos, a busca de melhores relações com os outros.

Alguns dos desejos são de ações a serem realizadas no tempo, como passar um ano inteiro no empreendimento ou um mês ‘mochilando’ (termo alusivo a viagens em que se leva pouca bagagem) pela Europa. E há ainda uma ação de cunho perceptivo, que também se liga com a questão do tempo, visando perceber que ele está sendo sempre bem aproveitado. Nota-se, nestes casos, desejos relacionados ao aproveitamento do tempo, seja ele um tempo determinado ou não.

Além de desejos, algumas mensagens denotam conquistas de seus autores:

- “Voltar a projetar e entregar uma obra do escritório, o brilho no olhar do cliente foi demais”
 “Ao invés de eu sentir que preciso mudar de casa ou cidade de novo, agora faço parte de uma comunidade que muda, se reinventa e me torna melhor o tempo todo. (P.S.: já mudei de casa 16x)”

Uma das pessoas expressa a emoção de ver a reação do cliente ao produto de seu trabalho e a outra aponta um sentimento de pertencimento que tinha dificuldade de obter em outros lugares e que tem lhe feito muito bem. Aqui também se nota a busca de melhores relações, seja com os outros ou consigo mesmo.

A última frase transcrita é uma declaração que merece destaque, pois é reafirmada várias vezes no painel semiótico em análise: “nenhum de nós é tão inteligente quanto todos

nós”, pela relação de antagonismo entre nenhum e todos ligado ao pronome nós implica a noção de coletividade em contraposição a de individualidade e destaca uma qualidade que é aprimorada pela ação coletiva, a inteligência. Esta mesma frase é o alvo de mais dois outros registros, conforme se pode observar a seguir:

Figura 67 – Crenças, conquistas e desejos (painel semiótico 26)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A terceira imagem no painel, por conta de seus aspectos qualitativo-iônicos (mensagem escrita em preto sobre painel escuro), provavelmente faz parte do painel que se analisava anteriormente e destaca uma frase e um desenho feitos dentro de uma forma que sugere um coração. A frase é “criar o Hippie Chai” e o desenho que a acompanha é a ilustração de uma xícara sobre um pires, da qual sobe uma linha sinuosa que termina em um coração. A mensagem parece ser de celebração de uma conquista do autor e o nome da criação, que contém a palavra ‘chai’, juntamente com o desenho da xícara, sugere que o autor criou algum tipo de infusão de ervas.

A última imagem da linha mantém o mesmo padrão de fundo das demais: um suporte escuro sobre o qual se escreveram mensagens, entretanto, há apenas uma escrita com o que parece ser tinta ou giz branco: “Antes de morrer eu quero...”. A frase inacabada, finalizada apenas com reticências, sugere um convite às pessoas para finalizá-la. A área delimitada em branco e preenchida com pequenos pedaços de papel amarelos sugere que as pessoas interagiram com a frase, deixando seus desejos (mais um painel de desejos, portanto), mas, infelizmente, a proximidade do enquadramento e a qualidade da imagem não permitem que quase nenhum dos desejos possa ser lido.

A última linha de imagens do painel, conforme mostrada a seguir, contém registros que expressam a concordância de frequentadores em relação a algumas outras declarações que se podem encontrar no espaço do empreendimento:

Figura 68 – Eu concordo! (painel semiótico 26)

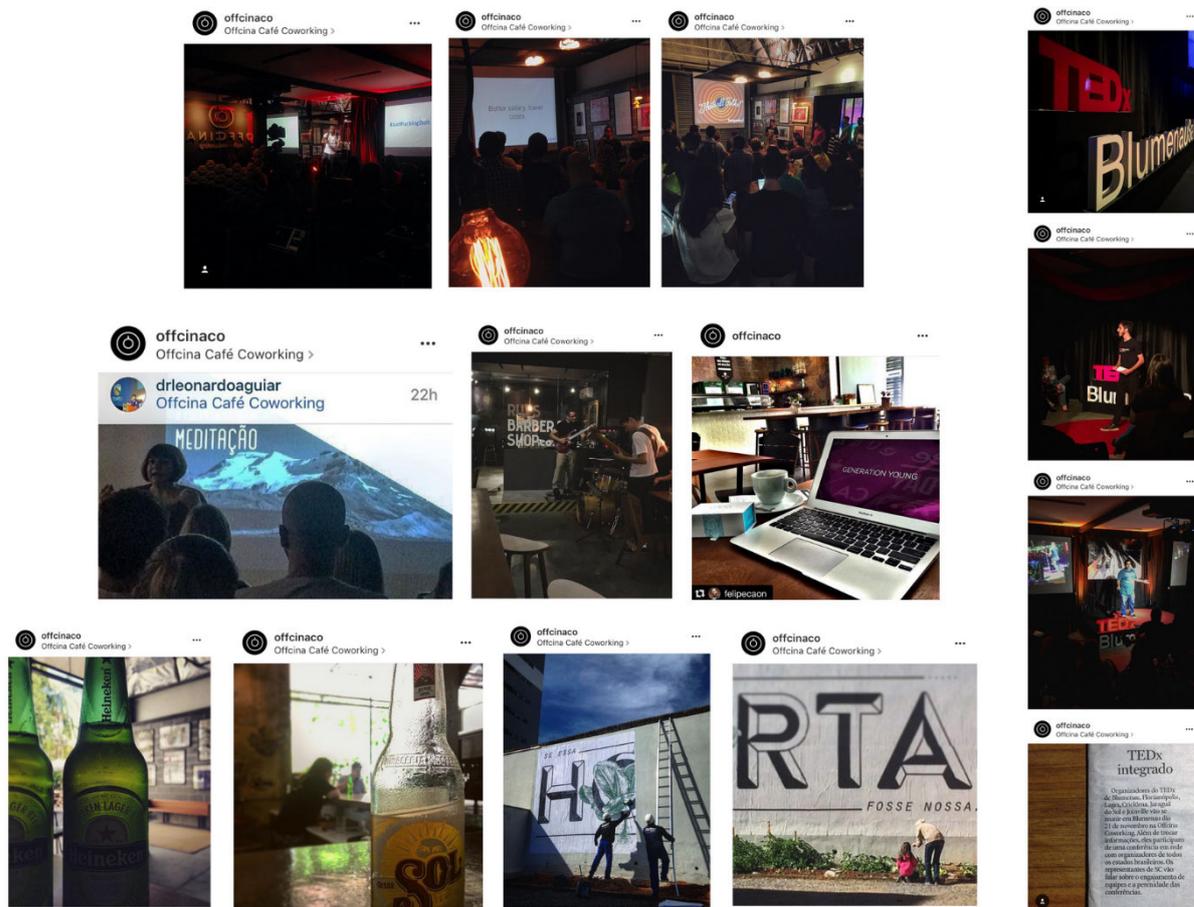


Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Nota-se que, diferentemente das imagens analisadas até então, aqui os autores dos registros fazem questão de que parte do seu corpo seja visto junto às frases que são o alvo do registro. Na primeira imagem, mais à esquerda, a frase destacada é a mesma que já foi vista no painel semiótico 25 (p. 139): “reconstrua a forma como você trabalha”. Já na segunda imagem o registro é de uma área até então não mostrada em detalhes: a parede lateral da área do *lounge* externo, na qual, graças ao registro, é possível observar estampada sobre ela um símbolo que se parece com uma letra V, logo abaixo, a palavra em inglês ‘*black*’ (preto, em tradução livre). Abaixo da palavra há ainda uma inscrição que se mostra ilegível a partir da imagem. Um pouco mais abaixo, a frase diz: “viver cercado de boa arquitetura e design, e perceber todos os dias que isso faz a diferença”. O fato de a pessoa estar no empreendimento e fazer este registro sugere que, além de concordar com a frase, ela entende que o lugar onde se encontra é representativo desta asserção.

O último painel que foi possível de construir com imagens produzidas pelo *Offcina Café & Coworking* está relacionado a destaques registrados pelo empreendimento e é apresentado a seguir:

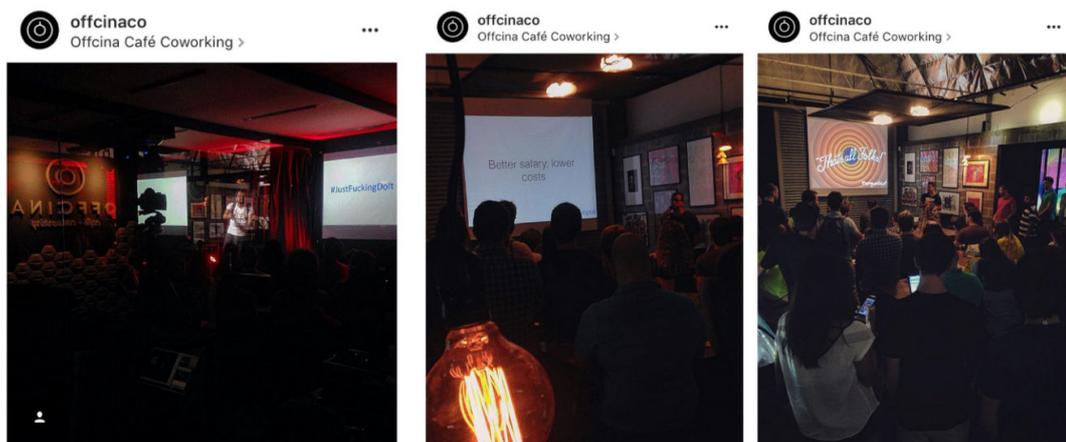
Painel semiótico 26 – Destaques do *Offcina Café & Coworking (Offcina)*



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A primeira linha de imagens destaca frases utilizadas por oradores em situações de ensino e aprendizagem, todas elas escritas em inglês, como se pode observar melhor na figura a seguir:

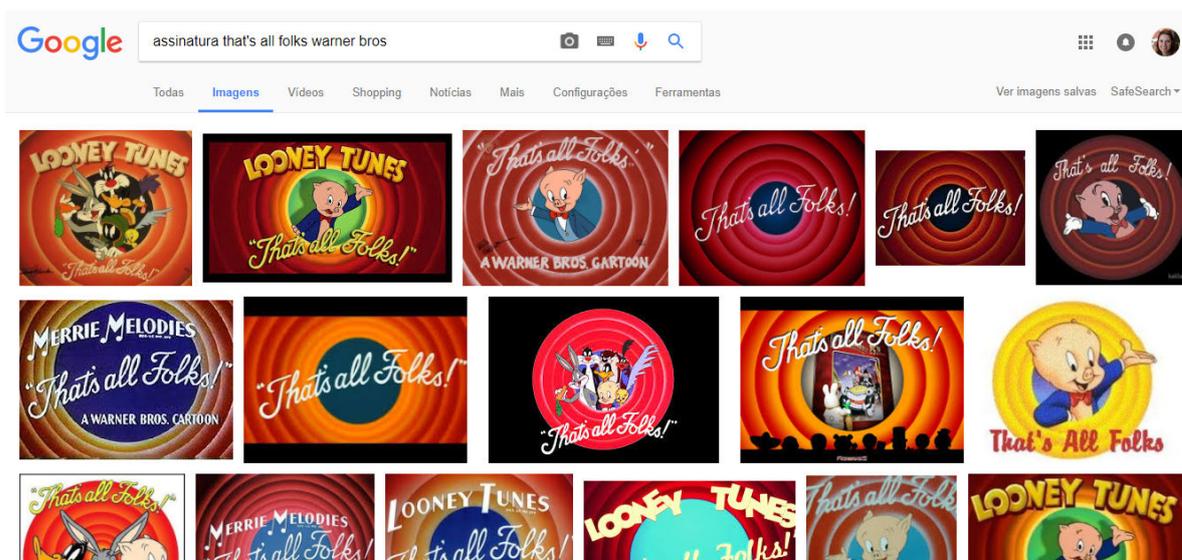
Figura 69 – *Just Better, Folks!* (painel semiótico 27)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A primeira frase é “#JustFuckingDoIt”. O uso do símbolo # (*hashtag*) e a forma de escrita da frase, sem espaços entre as letras, identificando o início de uma nova palavra pelo uso de letra maiúscula, sugere uma *tag* (expressão rastreável) para uso em redes sociais *online*¹⁸. Numa tradução livre, a frase significa, ‘simplesmente faça’. A frase sugere um conselho ou indicação de ação ao leitor, propondo que ele aja de forma menos controlada em relação a seus atos. A segunda frase é “*better salary, lower costs*”, que, em tradução livre, quer dizer “melhores salários, custos mais baixos” e parece remeter a uma situação de trabalho benéfica por conta da relação entre ganhos (salário) e despesas (custos). A terceira frase, tanto por si só quanto por conta da imagem de fundo sobre a qual ela é aplicada, remete ao universo dos desenhos animados (assinatura dos *cartoons* de propriedade da empresa Warner). A figura a seguir demonstra a facilidade de realização desta conexão:

Figura 70 – Assinatura de desenhos animados da Warner Bros



Fonte: Google Imagens, 2017.

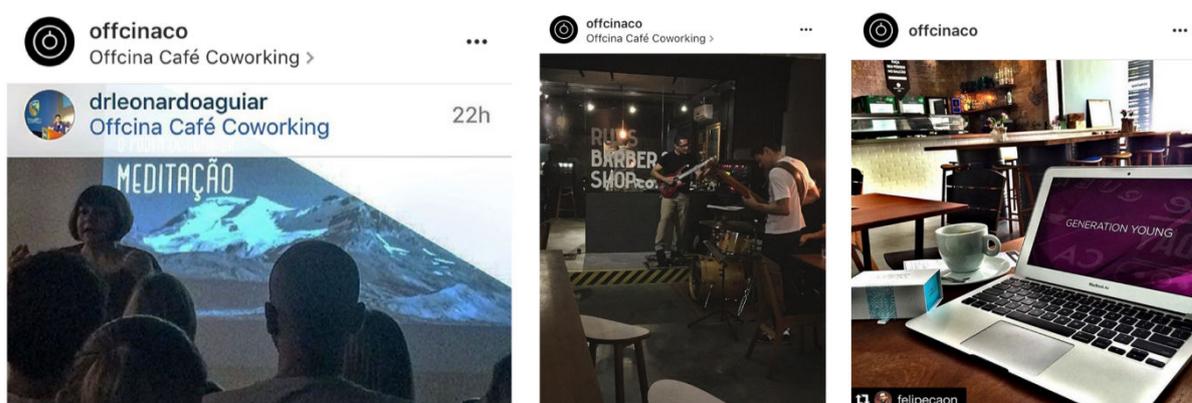
Sobre a imagem, o texto aplicado “*That’s all folks!*” é o jargão que acompanha a imagem, o qual, no Brasil, é conhecido como “É isso aí, pessoal!” e é utilizado como expressão idiomática para indicar que alguma coisa que estava acontecendo chegou ao fim. Bem no canto inferior direito da imagem projetada há um questionamento: “Perguntas?”, o

¹⁸ Como explica Assis (2009), *tags* são palavras que servem como uma etiqueta e ajudam na hora de organizar informações, agrupando aquelas que receberam a mesma marcação, facilitando encontrar outras relacionadas. O símbolo # serve como um código que aponta que a palavra deve ser transformada em expressão rastreável pela plataforma de rede social e, para tanto, é preciso que a palavra ou expressão não tenha nenhum espaço vazio em relação ao símbolo.

que indica que o orador encerrou sua apresentação (é isso aí, pessoal!) e agora abre espaço para interação com seus ouvintes.

A segunda linha de imagens também destaca textos, mas apenas a primeira imagem desta linha guarda alguma semelhança com as da anterior, visto que também é um registro de projeção em situação de ensino e aprendizagem. A segunda é de uma adesivação em uma parede de vidro e a terceira, de uma tela de computador portátil. O conjunto pode ser observado com mais detalhes na figura a seguir:

Figura 71 – Meditação, barbearia com música e geração jovem (painel semiótico 27)

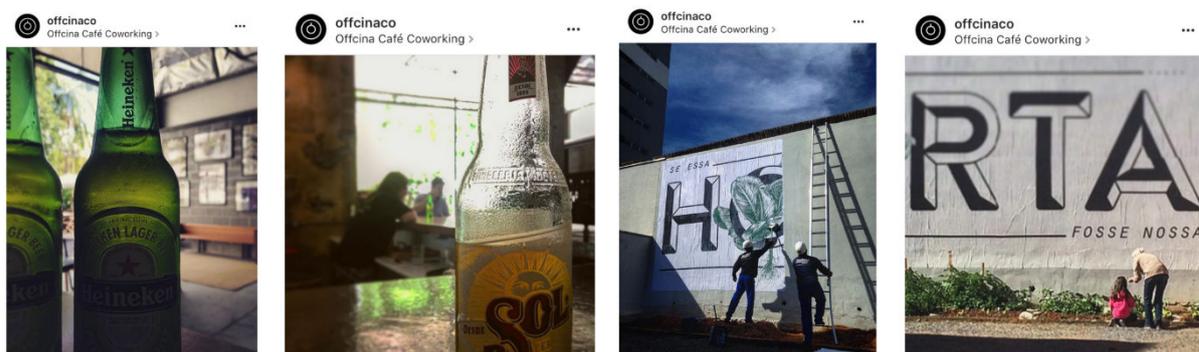


Fonte: dados da pesquisa, 2017.

O destaque da primeira imagem é a palavra “Meditação”, o que faz lembrar as práticas de yoga identificadas em alguns painéis semióticos já analisados. Na segunda imagem, músicos tocam junto à entrada do estúdio ocupado pelo barbeiro, que possui a indicação “Ruis Barber Shop Co.” aplicada sobre a parede de vidro. A posição da banda no espaço do café, até então não identifica em nenhum outro registro de atuação de músicos, sugere que a apresentação musical tenha alguma relação com a barbearia por conta da proximidade. Na última imagem o destaque é para a expressão “*generation young*”, cuja tradução livre é ‘geração jovem’, que se encontra na porção central da imagem, a qual permite ver com bastante nitidez a mesa comunitária e o balcão de atendimento do café, sugerindo que a geração jovem se encontra em lugares como estes ou que pessoas que pensam sobre esta geração podem encontrar seus representantes ali.

A terceira linha de imagens conjuga dois tipos de destaques diferentes, estando um tipo alocado mais à esquerda e o outro, mais à direita, como mostra em mais detalhes a imagem a seguir:

Figura 72 – Do *Happy Hour* à horta (painel semiótico 27)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

À esquerda vê-se imagens que destacam duas marcas de cerveja vendidas no local: Heineken, com garrafa verde, e Sol, com garrafa transparente. Já à direita as duas imagens se completam, formando a frase “se essa horta fosse nossa”. Na primeira vê-se duas pessoas, com capacetes de operário e escada. Suas posições junto ao painel incompleto sugerem que eles estejam fazendo sua aplicação. Aos pés das pessoas vê-se apenas uma faixa horizontal de terra delimitada por um meio-fio baixo. O chão de britas antes da faixa de terra e a parede onde se encontra o painel indicam que a horta se situa no extremo do terreno, no fim da área de estacionamento.

Já na segunda imagem é possível ver a continuação do painel que ainda é inexistente na imagem anterior e também o espaço do terreno que é destinado à horta, mas nesta imagem a terra já está parcialmente coberta por diferentes tipos de folhagens. No canto inferior direito da imagem, duas pessoas parecem estar plantando ou colhendo algum vegetal. Confirma-se, assim, a suspeita levantada por duas imagens do painel semiótico 03 (p. 74) de que havia uma horta no terreno do empreendimento.

A coluna de imagens mais à direita do painel dá destaque a uma marca específica, que já foi vista ao lado da marca do *Officina Café & Coworking* no painel semiótico 25 (p. 139):

Figura 73 – TEDxBlumenau (painel semiótico 27)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

A primeira imagem dá destaque à marca TEDxBlumenau. As duas imagens centrais mostram pessoas sobre um tapete redondo vermelho que parecem interagir com o público que se percebe em seu entorno e a última imagem, pela coloração e textura dos suportes de fundo, parece destacar uma nota de jornal, cujo conteúdo é transcrito a seguir:

TEDx integrado

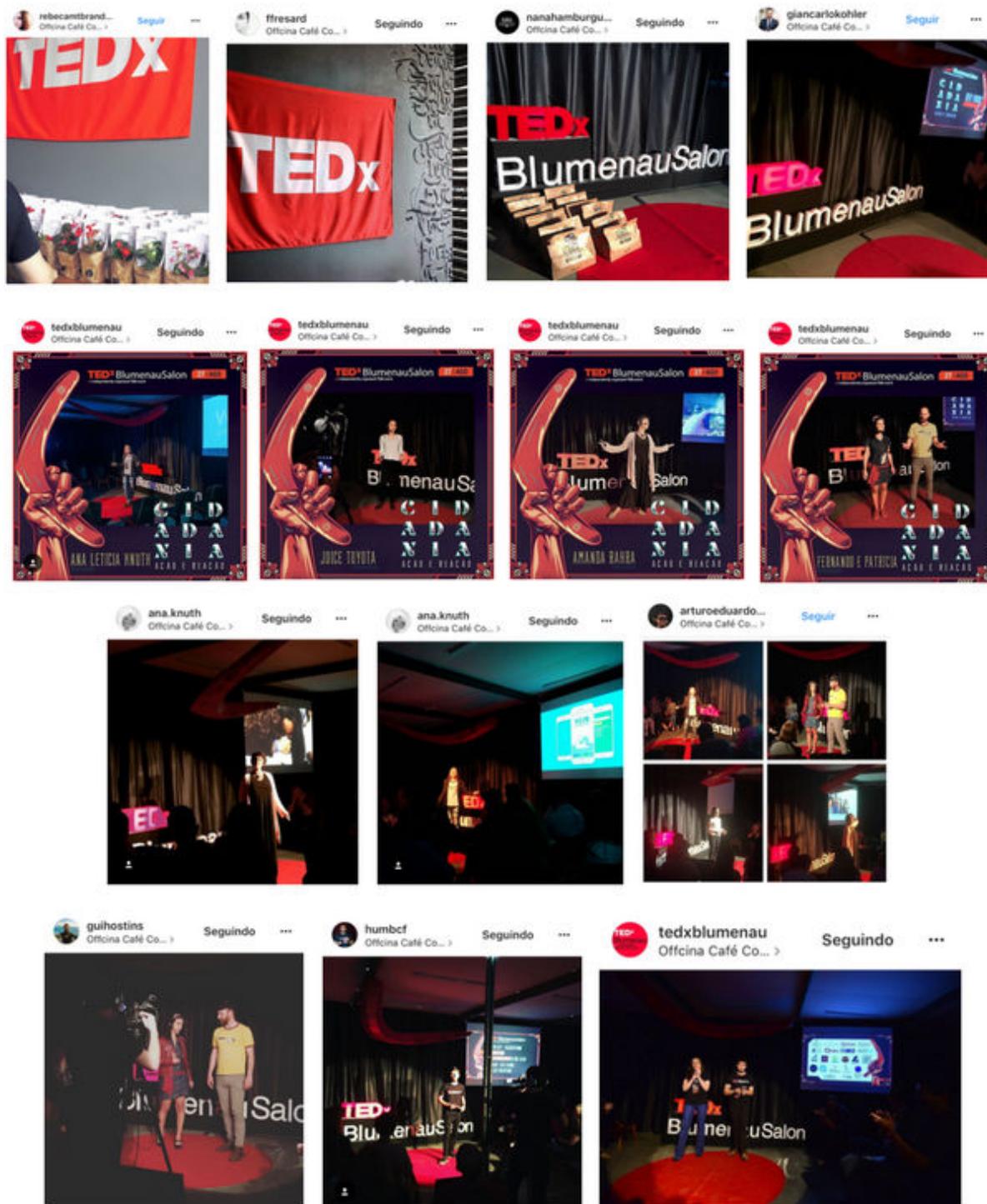
Organizadores do TEDx de Blumenau, Florianópolis, Lages, Criciúma, Jaraguá do Sul e Joinville vão se reunir em Blumenau dia 21 de novembro na *Officina Coworking*. Além de trocar informações, eles participam de uma conferência em rede com organizadores de todos os estados brasileiros. Os representantes de SC vão falar sobre o engajamento de equipes e a perenidade das conferências.

O destaque dado à marca, que se repete de forma intensificada nos registros dos frequentadores (estes serão mostrados a seguir) indica a necessidade de compreender melhor esta relação. O TED é uma organização não-partidária e sem fins lucrativos dedicada à divulgação de ideias, geralmente sob a forma de conversas (conhecidas pelo termo *talk*) curtas e poderosas. O TED começou em 1984 como uma conferência em que Tecnologia, Entretenimento e Design (TED) convergiram e hoje abrange quase todos os tópicos - da ciência aos negócios, chegando a questões globais - em mais de 110 idiomas. Enquanto isso, eventos TEDx executados de forma independente ajudam a compartilhar ideias em comunidades de todo o mundo (TED, 2017a).

O programa TEDx foi projetado para ajudar as comunidades, organizações e indivíduos a incentivar conversas e conexões por meio de experiências locais nos moldes do TED. Nos eventos TEDx, a exibição TED *Talks* em vídeo - ou uma combinação de apresentadores ao vivo e TED *Talks* em vídeo - desencadeia conversas profundas e conexões em nível local. Os eventos TEDx são planejados e coordenados de forma independente, sob uma licença gratuita concedida (e constantemente monitorada) pelo TED (TED, 2017b).

O painel a seguir, elaborado a partir de registros dos frequentadores, destaca a importância da relação entre o *Offcina Café & Coworking* e o TEDxBlumenau:

Painel semiótico 27 – Destaques: TEDxBlumenau (Frequentadores)



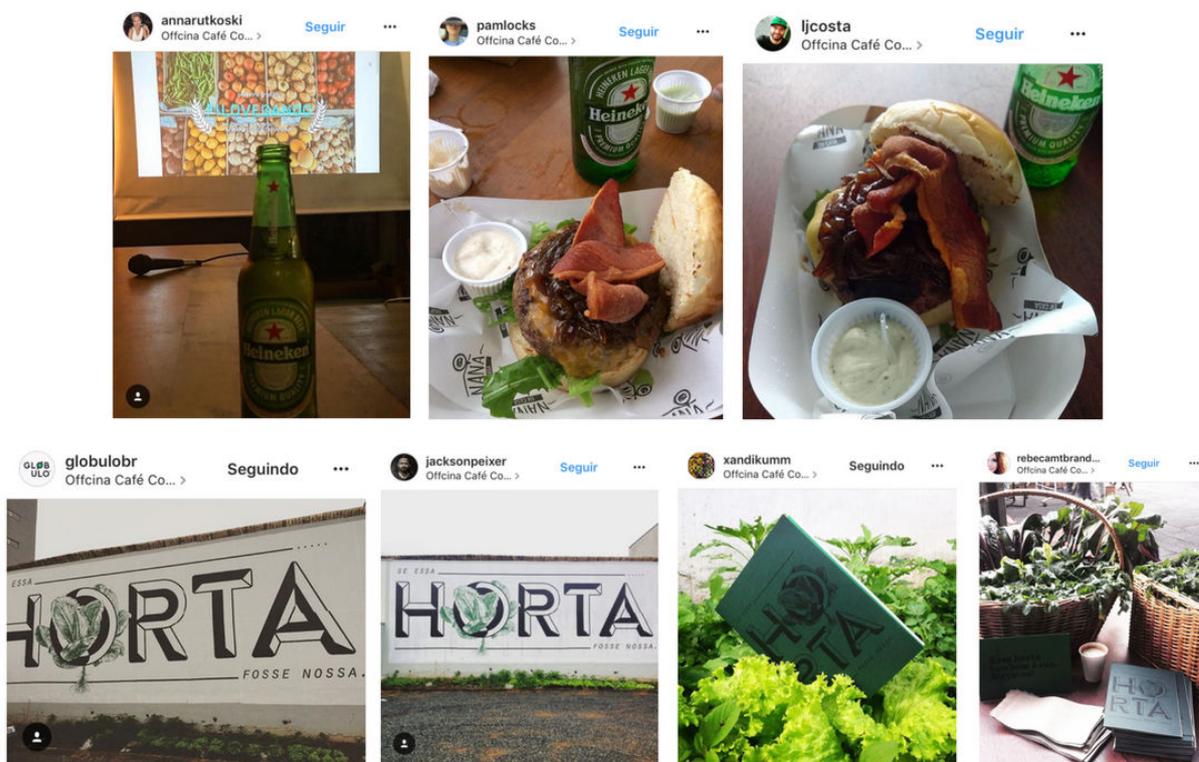
Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Nota-se, pelas imagens que, além de sediar encontros de organizadores de TEDx, o *Officina Café & Coworking* também abriga eventos do TEDxBlumenau, no caso, o TEDxBlumenauSalon, que é uma modalidade de licença ligada ao programa TEDx. A quantidade de registros de eventos TEDx feita indica que estes têm um papel considerado importante para o empreendimento e seus frequentadores.

Segundo o site do TED (2017c), Salons são eventos menores, que mantêm uma comunidade TEDx envolvida entre eventos TEDx regulares. Em um TEDxSalon, os participantes assistem TED *Talks*, às vezes recebem alguns palestrantes (embora não seja necessário) e têm discussões informais sobre os *talks* que testemunharam. Estes eventos reengajam a comunidade e a equipe TEDx durante o tempo entre seus eventos oficiais e suscitam discussões sobre questões de interesse da comunidade local.

Não é apenas o TEDxBlumenau que merece a atenção dos frequentadores, como mostra o painel a seguir:

Painel semiótico 28 - Destaques: do *Happy Hour* à horta (Frequentadores)



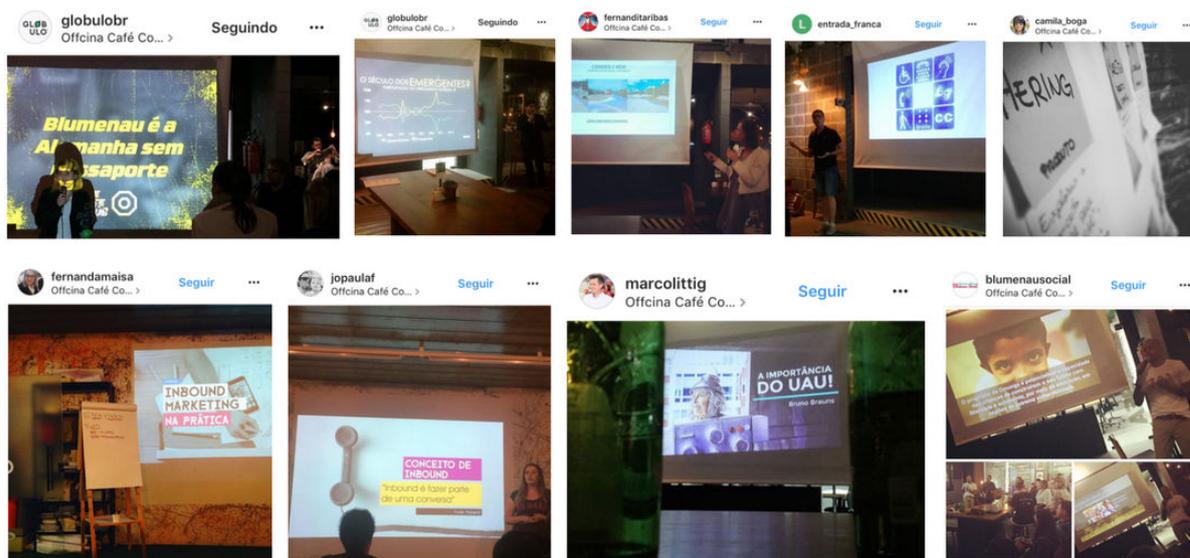
Fonte: dados da pesquisa, 2017.

As imagens da primeira linha destacam a cerveja da marca Heineken, assim como foi visto em relação aos destaques do empreendimento no painel semiótico 27 (p. 149). Entretanto, aqui também se vê destaque para um lanche que, pelo papel que cobre o recipiente

em que ele é servido, é produzido por terceiros e entregue no empreendimento, visto que é possível ler no papel as inscrições ‘Nana’ e ‘em casa’, supondo que a marca que produz os lanches é ‘Nana’ e que o negócio possui um sistema de entrega de pedidos. Já as imagens da segunda linha dão destaque à horta. As duas primeiras registram o painel de identificação com a identidade visual ‘Se essa horta fosse nossa’ e é possível notar que o espaço destinado ao plantio está repleto de vegetais. Já nas duas imagens seguintes o destaque fica para os vegetais que, na imagem mais à esquerda parecem estar ainda na horta e têm sobre eles o que parece um folheto de capa verde escura e no qual se vê estampada em preto uma adaptação da identidade visual da horta. Na imagem mais à direita, os vegetais organizados em cestas sugerem que foi feita uma colheita e é possível ver novamente os folhetos de capa verde escura e no qual se vê estampada em preto uma adaptação da identidade visual da horta. A recorrência dos folhetos e a estampa da capa sugerem que este é um material que traz algum tipo de informação sobre a horta.

Outro tipo de destaque encontrado nos registros do empreendimento e que se repete junto aos frequentadores são frases projetadas em telão em situações de ensino e aprendizagem, cujos registros encontrados são apresentados no painel a seguir:

Painel semiótico 29 – Destaques: assunto de hoje (Frequentadores)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Em relação a seus aspectos qualitativo-icônicos, a única imagem que destoa do conjunto é aquela no canto superior direito do painel, que não mostra uma projeção em tela, mas pedaços de papel sobpostos a uma superfície branca. Já em relação aos destaques deste

tipo feitos pelo empreendimento, em vez de frases de efeito, os registros destacam os assuntos que estavam sendo discutidos no momento em que foram feitos os registros. Da esquerda para a direita, de cima para baixo, é possível ler o seguinte:

1. “Blumenau é a Alemanha sem passaporte”
2. “O século dos emergentes? Participação no crescimento mundial (%)”
3. “Cidades e rios, conexão entre Brasil e Alemanha”
4. (ícones de acessibilidade relacionados a deficiências físicas, auditivas e visuais)
5. “Hering” / “Karsten”
6. “Bem-vindos / Wifi / rede – coffee / senha – facaseupedido” (*flip chart*) + “Workshop Inbound Marketing na prática” (tela de projeção)
7. “Conceito de *inbound*: ‘Inbound é fazer parte de uma conversa’ (Fonte: Hubspot)”
8. “A importância do uau! (Bruno Brauns)”
9. “O propósito da Omunga é potencializar a capacidade das crianças de construir o seu futuro com liberdade e autonomia, por meio da educação, em regiões de extrema vulnerabilidade”.

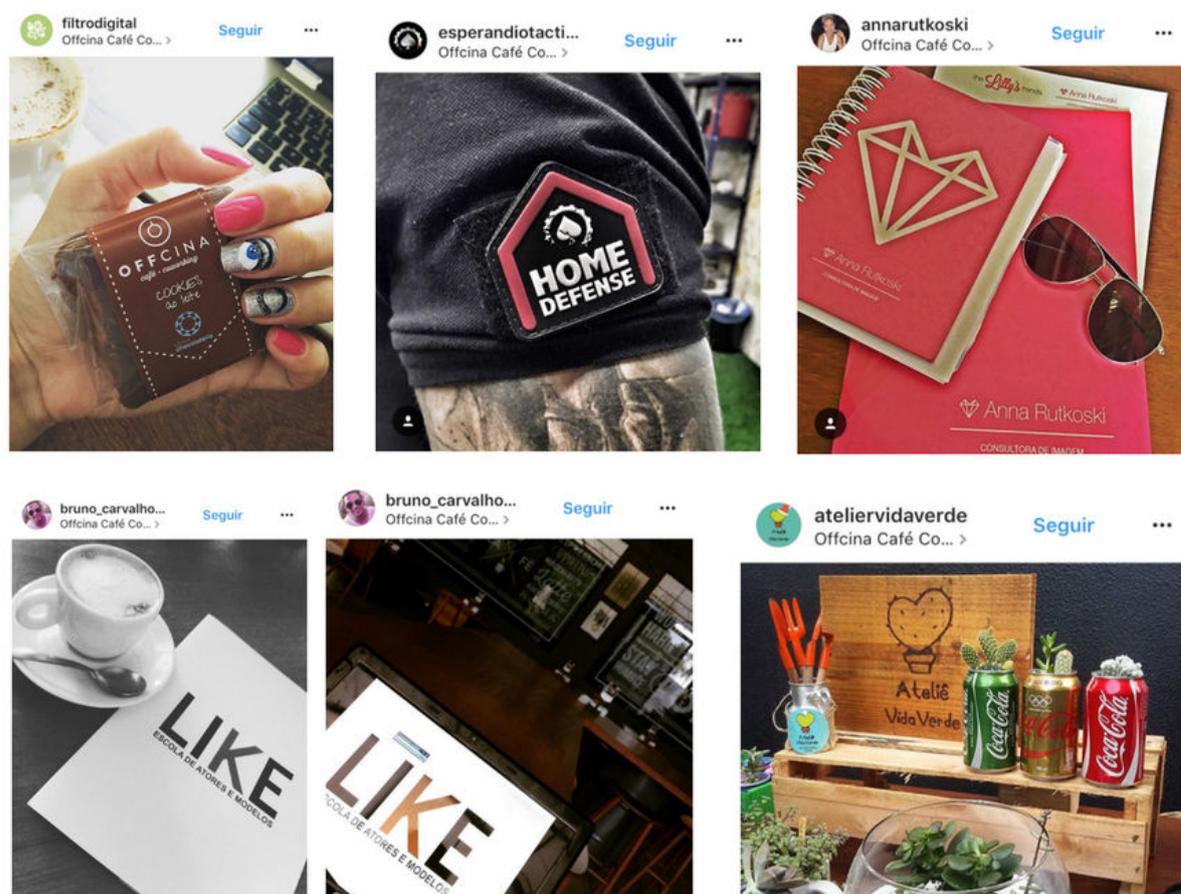
Os conteúdos destacados remetem às análises já realizadas nos painéis semióticos 22 (p. 125) e 24 (p. 131), que apontavam para assuntos de destaque dos eventos realizados no *Officina Café & Coworking*. Em relação ao painel 22, elaborado com registros do empreendimento, o destaque havia sido, de um lado, para palestras, *workshops* e cursos voltados principalmente às áreas de Gestão e Tecnologia e, de outro, para uma variedade de eventos culturais. Já no painel 24, palestras, *workshops* e cursos voltados às áreas de Gestão e Tecnologia dividiram espaço com assuntos de outras naturezas, como alimentação, e os eventos culturais mais destacados estavam relacionados à música. Agora, a partir dos registros apresentados no painel 30 é possível identificar mais alguns assuntos de interesse dos frequentadores em situações de ensino e aprendizagem. “Blumenau é a Alemanha sem passaporte”; “Cidades e rios, conexão entre Brasil e Alemanha” e “Hering” / “Karsten” (nomes de empresas blumenauenses) apontam para interesses relacionados à cidade de Blumenau, onde se encontra o empreendimento, e relações entre esta e a Alemanha (naturalidade dos primeiros colonizadores que chegaram à cidade), bem como entre Alemanha e Brasil. O destaque para “O século dos emergentes? Participação no crescimento mundial (%)” também guarda uma relação de comparação entre países como Brasil e Alemanha, pois trata da comparação de países considerados desenvolvidos e emergentes.

Já nas frases “Bem-vindos / Wifi / rede – coffee / senha – facaseupedido” (*flip chart*) e “Workshop Inbound Marketing na prática” (tela de projeção); “Conceito de *inbound*: ‘Inbound é fazer parte de uma conversa’ (Fonte: Hubspot)” e “A importância do uau! (Bruno

Brauns)” estão implicados conceitos de Tecnologia e Gestão, como já visto em outras ocasiões durante as análises. Por fim, os ícones de acessibilidade relacionados a deficiências físicas, auditivas e visuais e a frase “O propósito da Omunga é potencializar a capacidade das crianças de construir o seu futuro com liberdade e autonomia, por meio da educação, em regiões de extrema vulnerabilidade” indicam interesse por questões sociais.

Além de painéis relacionando destaques registrados por frequentadores àqueles registrados pelo empreendimento ainda foi possível elaborar mais dois painéis específicos apenas com registros de frequentadores. O primeiro deles destaca marcas de terceiros no espaço do empreendimento, como se pode observar a seguir:

Painel semiótico 30 – Destaques: marcas no OFF (Frequentadores)



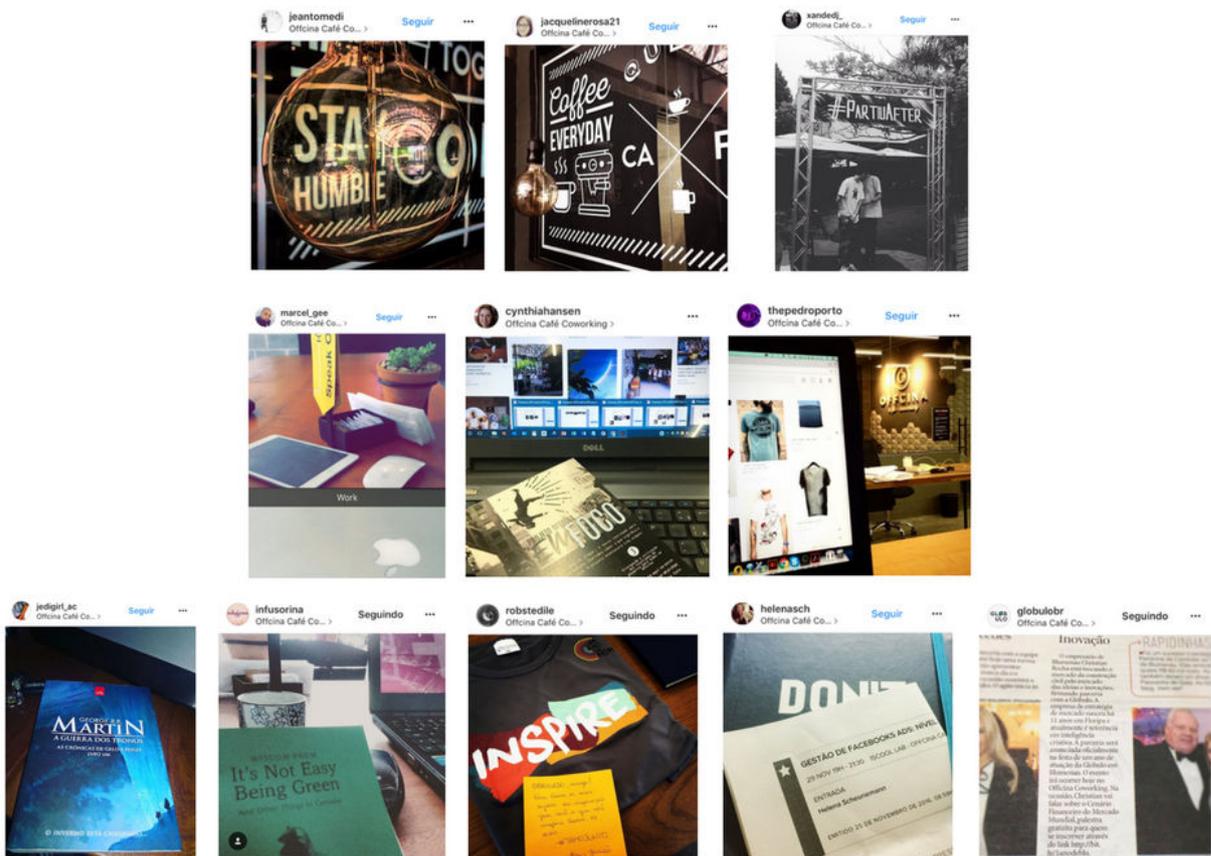
Fonte: dados da pesquisa, 2017.

De cima para baixo, da esquerda para a direita, são destacadas as seguintes marcas: (1) Clube Chocolateria, que, pela junção com o logotipo do *Officina Café & Coworking*, sugere que foi criada alguma parceria entre as marcas; (2) *Home Defense*, marca cujo nome e símbolo já apareceu em imagens dos painéis semióticos 04 (p. 78) e 17 (p. 112);

(3) Anna Rutkoski – Consultora de Imagem, cuja marca já apareceu no painel semiótico 18 (p. 115); (4) e (5) Like Escola de Modelos e Atores; e (6) Ateliê Vida Verde. Este painel permite ampliar as percepções de relações entre o *Offcina Café & Coworking* identificadas no painel 22 (p. 125), visto que nenhuma destas foi citada anteriormente.

Encerrando as análises de painéis relacionados a fenômenos da terceirdade, o conjunto a seguir destaca registros de variados tipos, que se assemelham a alguns encontrados no painel semiótico 26 (p 144), elaborado com registros do empreendimento por conter algumas frases de efeito:

Painel semiótico 31 - Destaques: outros (Frequentadores)



Fonte: dados da pesquisa, 2017.

As duas primeiras imagens são registros dos textos aplicados nas paredes de vidro que separam a área do café das salas de reunião no *Offcina Café & Coworking*. A primeira destaca a frase “*Stay humble*” (tradução livre: continue humilde) e a segunda, “*Coffee everyday*” (tradução livre: café todos os dias), sugerindo que os autores dos registros concordam com as frases. Mais à direita, uma imagem que destaca “*#PartiuAfter*” e tanto pelo texto quanto pelo formato, remete a outra imagem, analisada no painel semiótico 23 (p. 129),

que tratava de agenda de eventos, o que sugere que o registro tem intenção de destacar a presença no evento.

Na linha central de imagens registros que manifestam relações de trabalho dos frequentadores com o espaço, como já pôde ser observado na análise do painel semiótico 17 (p. 112). Na primeira é possível identificar as palavras “*Speak*” (fale, em tradução livre) e “*Work*” (trabalho), na segunda é possível ler numa espécie de folheto o título “Projeto *Offcina* em foco”, que sugere que a pessoa fazia algum trabalho relacionado ao empreendimento e, por fim na última imagem o autor enquadrou, ao mesmo tempo, a tela de um computador portátil e o logotipo do *Offcina*, sugerindo que ele realizava suas atividades no empreendimento naquele momento.

Na última linha, as duas primeiras imagens mostram registros de leituras que os frequentadores faziam no momento: “A guerra dos tronos: as crônicas de gelo e fogo. Livro um: o inverno está chegando (George R.R. Martin)” e “*It’s not easy to be green and other things to consider* (Wisdom From)” (tradução livre: não é fácil ser sustentável e outras coisas a considerar). Duas leituras bastante diferentes, uma de ficção e outra sobre sustentabilidade, sugerindo que pessoas com os mais diversos interesses se sentem acolhidas no espaço.

A imagem central é de uma estampa de camiseta e de um bilhete no qual se lê:

INSPIRE
OBRIGADO, amigo!
Que todos os dias sejam de inspiração pra você e que você inspire todos os dias.
#tamojunto
Abç, Julião

A relação entre o conteúdo do bilhete e a camiseta sugere que o autor do registro recebeu um presente e que a relação entre ele e ‘Julião’ tem a ver com o empreendimento.

A próxima imagem, pelas informações que apresenta, “Gestão de Facebook Ads / 29 nov 19h – 21:30 Iscool Lab – *Offcina*” sugere que o autor esteja mostrando a sua rede que está participando de um evento que acontece no empreendimento. No mesmo sentido, a última imagem, que mostra uma notícia de jornal, destaca a realização de um evento no *Offcina*, como se pode observar na transcrição a seguir:

Inovação
O empresário de Blumenau Christian Rocha está trocando o mercado da construção civil pelo mercado das ideias e inovações, firmando parceria com a Glóbulo. A empresa de estratégia de mercado nasceu há 11 anos em Floripa e atualmente é referência em inteligência criativa. A parceria será anunciada oficialmente na festa de um ano de atuação da Glóbulo em Blumenau. O evento irá ocorrer hoje no *Offcina Coworking*. Na ocasião, Christian vai falar sobre o Cenário Financeiro do

Mercado Mundial, palestra gratuita para quem se inscrever através do link <http://bit.ly/1anodeblu>.

Nota-se, portanto, o interesse das pessoas, mais uma vez, em se verem ligadas ao *Officina Café & Coworking*.

6 OS BENS LÓGICO, ÉTICO E ESTÉTICO DO *OFFCINA CAFÉ & COWORKING*

A discussão dos achados empíricos que se apresenta a seguir se dará na direção inversa da apresentação destes mesmos achados, ou seja, enquanto na apresentação seguiu-se a ordem fenomênica da primeiridade que se materializa na secundidade de modo a permitir a constituição da terceiridade, a discussão tomará o caminho inverso, iniciando pela terceiridade, privilegiando as relações simbólicas, a fim de destacar, nesse movimento, como as abstrações sobre o *Offcina Café & Coworking* se conectam ou não com as relações e sensações que o empreendimento proporciona. O foco da discussão, por sua vez, é baseado na perspectiva filosófica peirceana, para a qual o interesse é aprender com aquilo que os fatos dão a perceber, de modo que se possa, a partir deles, produzir generalizações a respeito da relação dos fenômenos com seus fins.

O bem lógico peirceano é o bem da representação e seu âmago reside na classificação e na crítica dos argumentos, envolvendo sua aprovação qualitativa, o que pressupõe um autocontrole, ou seja, um ato voluntário. Sendo uma aprovação voluntária, esta aprovação é também moral. E, na medida que é uma aprovação moral, ela se dá porque concorda com algum estado de coisas que razoavelmente se recomenda a si mesmo em si mesmo, aparte de qualquer consideração posterior. Partindo deste pressuposto filosófico, a análise dos aspectos convencionais-simbólicos dos fenômenos da terceiridade que se encontrou no *corpus* fornece representações daquilo que o *Offcina Café & Coworking* é para as pessoas a partir dos laços sociais que elas ali constroem.

A partir da análise do logotipo do empreendimento é possível notar a intenção de enfatizar alguns elementos como pertencentes ao espaço, a começar pelo nome (*Offcina*), cujo sentido referencial tem ligação com a noção de trabalho (ação, portanto), mas que a grafia desloca, por um jogo de sentidos que mescla os idiomas português e inglês, para o termo *Off*, (desligado, em tradução livre – ausência de ação, portanto). O complemento verbal do nome *Café & Coworking* também relaciona duas noções diferentes: lugar de estar / interagir e lugar de trabalhar interagindo, ambos propondo ações, mas diferindo em propósitos. Já o símbolo do logotipo não representa antagonismo ou relação de aproximação, mas contém ambiguidade, visto que remete ao símbolo utilizado em aparelhos como celulares e computadores para a função liga / desliga (que se relaciona com a noção de ação / ausência de ação, ali integradas num mesmo elemento) e, ao mesmo tempo, lembra os contornos de uma xícara de café sobre um pires quando vista de cima.

Algumas informações verbais ajudam a esclarecer questões que o logotipo deixa em aberto. Para os gestores, o espaço é uma nova proposta de empreendimento (“[...] um novo espaço em Blumenau”), voltado a amantes de café, criatividade e negócios (“Ama café, criatividade e negócios? Seu lugar é aqui. *Offcina Café & Coworking*”); é um ponto de encontro de pessoas que empreendem em formatos de negócio mais contemporâneos, mas também daquelas que se interessam por assuntos de outras naturezas (por conta dos assuntos trazidos para discussão no espaço) e que acreditam no fenômeno da colaboração (“Experimente o fenômeno da colaboração”).

Enquanto o café é entendido como um combustível para boas ideias (“porque as boas ideias não podem ter limites, nem o combustível delas”), estas, por sua vez, implicam criatividade, o que demanda habilidade de criar conexões (“criatividade é o poder de conectar o aparentemente desconectado”) e, portanto, de trocar com os outros. Os formatos mais contemporâneos de negócios, por sua vez, implicam na necessidade de uma reformulação na forma de atuação das pessoas (“reconstrua a forma como você trabalha”), que precisam se tornar ativas em relação aos acontecimentos se quiserem realizar algo (“*opportunities don’t happen, you create them*”), o que implica, inclusive, serem capazes de compreender um outro idioma (no caso, o inglês). Pode-se, inclusive, fazer uma conexão entre a sugestão de ‘desligar’ presente no logotipo com a necessidade de reformulação na forma de atuação das pessoas, pois é preciso se libertar de alguns hábitos e crenças, desligar-se deles, para que alguma reformulação na forma de ação atual seja possível.

Quando se olha para as representações dos frequentadores a respeito do espaço, muitas das relações propostas pelo *Offcina Café & Coworking* se mostram percebidas e consonantes. São destacados os elementos que o empreendimento considera representativos da marca (‘*Off*’, ‘café’), assim como desejos e conquistas pessoais são expressos verbalmente destacando a busca de melhores relações com os outros e/ou consigo mesmo e melhor aproveitamento do tempo – o que implica intenção e realização de reformulações na forma de atuação destas pessoas. Além disso, nota-se também a concordância com expressões verbais apresentadas pelo empreendimento, como a crença nas potencialidades da colaboração para a ampliação das capacidades individuais (“ninguém é mais inteligente do que todos nós juntos”) e, mais uma vez, a necessidade de revisar crenças e hábitos (“reconstrua a forma como você trabalha”).

Todas essas inferências só se sustentam como representações do que o *Offcina Café & Coworking* significa para as pessoas na medida em que surgem a partir das relações que as pessoas constroem com o espaço, posto que, na filosofia peirceana, não há argumento

sustentável que seja contrário à realidade dos fenômenos. Deste modo, é preciso que se olhe para o espaço buscando identificar as finalidades das ações das pessoas ali. Este é um olhar ético na compreensão de Peirce (2005), visto que a ética considera aquelas coisas cujos fins residem na ação. Neste contexto, o *Offcina Café & Coworking* é um espaço constituído por vários ambientes e a análise dos aspectos singulares-indiciais de cada um trouxe evidências sobre o que as pessoas se permitem fazer (e mesmo não fazer) em cada um dos espaços.

O *lounge* externo se mostrou um espaço de socialização por abrigar eventos com objetivos variados, não necessariamente ligados a um espaço compartilhado de trabalho, assim como também demonstrou ser um lugar de encontros, de interação, de descontração e de relaxamento, especialmente durante o dia. Quando se adentra, a partir do *lounge* externo, o espaço do café, tem-se um lugar que, além do seu uso mais óbvio, de espaço para alimentação, no qual o grande destaque é o café, mostrou servir também como lugar de realização de eventos variados. No espaço do café as pessoas, sozinhas ou em grupos, seja de modo mais compenetrado ou mais descontraído, trabalham, interagem, compartilham informações e, ainda, se divertem, seja durante o dia ou à noite. Estes, portanto, são ambientes onde ideais como conexões entre pessoas e relações dinâmicas entre ação e ócio se materializam.

O espaço de *coworking*, em contrapartida, foi mostrado, a partir de alguns poucos registros, como um lugar de silêncio e concentração. Neste âmbito, destaca-se, ainda, a falta de registros cartograficamente localizáveis do uso dos espaços dos estúdios de trabalho (para além da barbearia) e das salas de reunião. Este ‘silêncio visual’ indica, no mínimo, que estes são lugares cujas finalidades são mais do âmbito do que é privado, visto que seu uso não é exposto em registros destinados ao compartilhamento em redes sociais. São também os espaços conceitualmente mais relacionados ao trabalho, de uso restrito, nos quais se pôde observar posturas mais ‘sérias’ e concentradas por parte das pessoas, contrastantes às observadas no café e, especialmente, no *lounge* externo. O que se apresentou mais no compartilhamento de registros foram elementos representativos do trabalho em si (ferramentas como papeis, canetas, computadores). Tem-se, a partir destas observações, uma evidência da importância do espaço do café para o cumprimento dos propósitos do *Offcina Café & Coworking*: é preciso espaço propício para a troca entre as pessoas para que se reformulem as relações de trabalho. Como a própria ordem de apresentação dos espaços no logotipo mostra (*Café & Coworking*), o espaço do café vem em primeiro lugar, o que não dispensa, entretanto, a necessidade de espaços para momentos de atuação mais privados (salas de reunião, espaço de *coworking*, estúdios).

Fazendo parte da área física do *coworking*, se encontra o auditório que, por seus registros de usos, mostrou-se um ambiente híbrido, no qual se mesclam a seriedade dos espaços de trabalho e a descontração dos espaços de convivência (*lounge* externo e espaço do café). Seu uso mais frequente mostrou-se relacionado ao estudo e/ou troca de informações, mas as diferentes maneiras com que o espaço é ocupado para esta finalidade demonstram que as atividades muitas vezes são realizadas ali de modo mais descontraído e/ou interativo. Estas situações remetem à ideia de formatos mais contemporâneos de negócios, que implicam na necessidade de uma reformulação na forma de atuação das pessoas, as quais precisam se tornar ativas em relação aos acontecimentos para que possam realizar alguma coisa.

No âmbito do uso dos espaços, há ainda uma questão que merece destaque e que diz respeito ao empreendimento como um todo: as pessoas, independentemente do lugar específico em que se encontrem, registram a si mesmas ou se deixam registrar com muita frequência, o que implica que é para elas, digno de se compartilhar o fato de que frequentam este lugar, que é, em suas formas mais elementares, uma estrutura física. Em relação a este aspecto, a primeira etapa de análise de dados, que deu enfoque aos elementos espaciais e arquitetônicos do empreendimento, permitiu inferir que, em sua aparência, o *Officina Café & Coworking* é um lugar que mescla o construído e o natural e que, por suas cores, formas, texturas e demais elementos compositivos, cria uma harmonia dinâmica entre estes contrastes e convida o usuário ao movimento e à interação, seja durante o dia ou à noite. Um espaço que produz um efeito de liberdade de ser e de fazer, portanto.

Estes aspectos, extraídos do ambiente inicialmente como elementos qualitativo-icônicos, em sua conexão com as ciências normativas conforme compreendidas por Peirce (2005)¹⁹, permitem um olhar a partir da estética, entendida como o ramo da Filosofia que lida com as coisas cujos fins devem incorporar qualidades do sentir. Assim, destaca-se, sobretudo, a liberdade de ser e de fazer como ideal almejado, ou, de outro modo, o bem estético (a Beleza) do *Officina Café & Coworking*, pois é ao sentir-se livre para usufruir o espaço que a pessoa é capaz de movimentar-se e interagir de formas variadas. Esta inferência será correta no âmbito da filosofia peirceana na medida em que a expressividade deste bem estético estiver contida na veracidade do bem moral, o que, como se pode notar aqui, de fato ocorreu, pois as pessoas são vistas trabalhando, interagindo, aprendendo e se divertindo nos mesmos ambientes.

¹⁹ Para Peirce (2005) as ciências normativas (Estética, Ética e Lógica) são a parte da filosofia que investiga as leis universais e necessárias da relação dos fenômenos com seus fins (quais sejam, para a Estética, a Beleza; para a Ética, o Direito, e para a Lógica, a Verdade).

Dadas estas observações, lembrando que, para Peirce (2005), o fim último da ação deliberadamente adotada com razoabilidade deve ser um estado de coisas que razoavelmente se recomenda a si mesmo em si mesmo, aparte de qualquer consideração posterior, de modo que aquilo que é moralmente bom surge como uma espécie particular daquilo que é esteticamente bom e sua verdade lógica depende desta relação, os usos variados dos espaços do *Offcina Café & Coworking*, que extrapolam, na maior parte, suas finalidades iniciais, conforme se pôde observar, permitem inferir que o bem estético (como estado de coisas que razoavelmente se recomenda a si mesmo em si mesmo) almejado pelas pessoas que ali circulam é a liberdade para trabalhar, aprender, interagir e relaxar (ações que as pessoas deliberadamente adotam ali) em um mesmo lugar.

Neste contexto, se o bem lógico é o bem da representação segundo Peirce (2005) e se toda representação, como fenômeno da terceiridade, tem contida em si primeiridade e secundidade, no bem lógico podem estar contidos a expressividade do bem estético, assim como a veracidade do bem moral. Deste modo, quando se considera que o *Offcina Café & Coworking* propõe uma reformulação das relações de trabalho (“Reconstrua a forma como você trabalha”; “Experimente o fenômeno da colaboração”; “*Turn it off*”) e que seus frequentadores são anuentes a esta proposta, nesta reformulação está implicado o ideal de liberdade para trabalhar, aprender, interagir e relaxar em um mesmo lugar.

Sendo de interesse da filosofia, na perspectiva peirceana, aprender com aquilo que os fatos dão a perceber, de modo que se possa, a partir deles, produzir generalizações a respeito da relação dos fenômenos com seus fins, o argumento que se extrai das relações observadas é que algo existente nas relações de trabalho atuais tem sido visto como restritivo para estas pessoas, fazendo com que surja o desejo de torná-las mais flexíveis, o que implica em integrar estas relações a outras: de ensino-aprendizagem, de interação, de lazer, de ócio.

Assumindo que algo existente nas relações de trabalho atuais tem sido visto como restritivo para as pessoas que se relacionam com o *Offcina Café & Coworking*, fazendo com que surja o desejo de tornar estas relações mais flexíveis, implicando na integração delas a outras (de ensino-aprendizagem, de interação, de lazer, de ócio), a primeira questão que se destaca nesta realidade é sua conexão com o conceito de saturação de Maffesoli (2010b). Ali as relações de trabalho não são eliminadas, nem radicalmente transformadas a ponto de não serem reconhecíveis. Elas podem ser percebidas por ícones, índices e símbolos presentes nos registros analisados (pessoas compenetradas, pessoas com seus computadores, mesas com papeis, canetas, aparelhos eletrônicos). Contudo, o trabalho surge ali como um corpo que, desestruturado, se reestrutura com os mesmos elementos daquilo que foi desconstruído. Estes

elementos aparecem numa nova conjuntura, na qual se revezam / mesclam com outros, significativos de outros tipos de relações, indicando heterogeneidade. Assim, se, de acordo com Maffesoli (2010b), a característica da organização social da modernidade era a redução à unidade, o que se vê no espaço investigado é pluralidade de propósitos. Esta concepção orgânica de saturação como processo de desconstrução e reconstrução ressoa na proposta ecológica de entendimento da cultura proposta por Coelho (2008) com a metáfora da lâmina do arado. No espaço pesquisado, notou-se um movimento no sentido de revirar o estabelecido e criar, assim, algo novo (reconstrua a forma como você trabalha, propõe o empreendimento).

A percepção desta demanda social localizada não significa, entretanto, que é possível estabelecer que relações de trabalho flexíveis / hibridizadas sejam o novo valor que a contemporaneidade tem trazido em vista da saturação do projeto moderno, pois, como lembra De Masi (2003), não há resposta certa ou única sobre quais seriam as novas generalizações simbólicas, crenças, valores e exemplos representativos do tempo atual. Ainda assim, não se pode deixar de considerar que o que se observou no *Officina Café & Coworking* e que, por conta do propósito comum destes tipos de espaço, tende a se repetir, mesmo que de maneiras variadas, em outros lugares, pode ser entendido como uma alternativa em curso, com possibilidade, como tantas outras, de se tornar um modelo válido a ser seguido. Especialmente se se considera o quanto estes espaços têm proliferado mundialmente num curto espaço de tempo.

Importante lembrar, aqui, conforme aponta Manzini (2008), que uma inovação social, como é o caso dos espaços de *coworking*, surge de problemas colocados pela vida cotidiana contemporânea e só ganha vida na medida em que existam pessoas criativas e colaborativas capazes de aplicar sua criatividade para quebrar modelos dominantes de pensar e de fazer, de reorganizar elementos já existentes em novas e significativas combinações. Dado este contexto, entende-se que é possível considerar o espaço investigado, em vista das relações que as pessoas constroem com ele, como um fenômeno cultural nos moldes do que defende Coelho (2008), no qual se pode considerar o homem e suas práticas partindo do pressuposto de um movimento voltado à reinvenção de algo que, durante um determinado período de tempo, se entendeu como norma. No caso, a análise sugere que a norma em questão seria a de que onde há trabalho não pode haver outras formas de interação, ou ócio, ou diversão. Neste sentido, a situação encontrada faz lembrar o destaque dado por Manzini (2008) às inovações sociais que são comprometidas com a ampliação e o aprofundamento do senso de comunidade, nas quais são fundamentais as atitudes, as palavras e os atos humanos no sentido de buscar esta mudança.

Retomando Maffesoli (2010b), que destaca que o trabalho como pivô da vida social que se formou a partir do século XIX tem deixado lugar a outra maneira de se relacionar com os outros e com o mundo, pode-se admitir que os achados da pesquisa trouxeram um exemplo de movimento de criação das condições para que as pessoas inventem seus próprios fins, como entende Coelho (2008) a respeito da cultura em seu sentido de ação cultural, permitindo experimentar ser uma coisa e / ou outra, livre de restrições e imposições. Pela análise realizada, estes fins próprios que os sujeitos da pesquisa estão buscando criar podem ser conectados, como sugere Manzini (2008), com a qualidade do bem-estar desejado e percebido pelas pessoas. Isso porque, de acordo com o autor, as ideias de bem-estar que a sociedade formula e socializa constituem um formidável guia de ação, operando como atrativos sociais capazes de estimular e direcionar ações de demanda e oferta de produtos e serviços. Assim, se o empreendimento analisado prospera e se expande, isso só é possível na medida em que o que ele oferece às pessoas é consoante àquilo que elas almejam para si mesmas. Contudo, não interessa aqui identificar, individualizar e classificar o *Officina Café & Coworking* como um objeto específico. Como bem observa Coelho (2008), os elementos da cultura têm um valor cambiante, que depende da posição que o elemento ocupa numa dada série e da oposição que ele ali arma, por isso, o importante são as relações estabelecidas entre esses objetos e o que elas produzem no processo de combinação e atrito entre significados e não os objetos em si mesmos.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este não é um trabalho para o qual se possa considerar uma proposta de conclusão. Nada que se relacione ao tempo de hoje pode ter qualquer caráter conclusivo quando se parte do pressuposto de que o que se vive na atualidade é uma mudança em curso. O que é certo disto tudo é o movimento, é que é necessário mover-se na busca de novas alternativas para os mesmos problemas de sempre, afinal, se alguma coisa permanece em meio a toda mudança, ela é esta: ainda somos humanos. Continuamos movidos por ideais, desejos, vontades, sonhos, apesar de eles mudarem com o tempo; continuamos precisando atuar no mundo se quisermos que nossos ideais se concretizem, apesar de termos a capacidade de agir de muitas formas diferentes para atingir um mesmo fim; continuamos buscando fazer com que nossas ações nos permitam atingir nossos ideais, mas precisamos continuar ponderando as infinitas possibilidades de escolha que temos à disposição para que isso aconteça.

A sociedade se constrói enquanto cultura desde as atitudes mais prosaicas do dia-a-dia até as problematizações mais complexas que coloca em pauta para sua própria reflexão. Não se pode esperar, portanto, que seja possível aprisionar a cultura em um conceito. A cultura é um contexto no qual uma profusão de possibilidades significantes (comportamento, artefatos, estados de consciência) se entrelaça. Uma apreensão deste contexto invariavelmente demanda que se busque categorias de análise capazes de abarcá-lo de forma holista, ou seja, considerando todos os seus diferentes – e mesmo contraditórios – aspectos. Afinal, diariamente lidamos com múltiplas perspectivas e possibilidades e diferentes pessoas fazem diferentes escolhas. Entretanto, ainda assim, somos coletividade.

Ao se partir da ideia de que fenômenos são quaisquer coisas presentes na mente de alguém, independentemente de tais coisas corresponderem ou não a algo real; quando se busca uma compreensão da cultura como fenômeno em toda a sua intangibilidade, o que menos interessa é estabelecer o que ela é ou o que não pode ser. O que importa, realmente, é buscar compreender a ação social em seus significados, ou seja, naquilo que representam para as pessoas envolvidas, pois é na ação social que as formas culturais se articulam, como bem lembra Geertz (2013). Este significado emerge do papel que comportamentos, artefatos e estados de consciência desempenham na conjuntura social. Logo, o que deve interessar é o que as pessoas pensam e sentem, o que impulsiona suas relações, pois é isto que vai condicionar a forma e o vigor de suas ações no mundo.

Partindo deste contexto, o objetivo desta tese foi mostrar que é possível extrair conhecimento sobre o mundo a partir dos fenômenos que constituem este próprio mundo por meio da análise semiótica de imagens produzidas pelas pessoas a respeito de suas experiências cotidianas. Em vista deste interesse, o primeiro passo do trabalho foi traçar uma relação entre o momento contemporâneo, a cultura e as imagens. No âmbito da cultura como contexto para a ação social, as imagens se apresentam como artefatos que participam da construção da vida coletiva. As imagens são capazes, portanto, de representar a realidade que as forja em vista das relações intrínsecas que mantêm com esta mesma realidade. Num tempo cuja característica mais clara que se pode identificar é a busca pela reformulação das condições de vida, as imagens com mais potencial para representar o contexto cultural são aquelas relacionadas a ações sociais voltadas à transformação dos comportamentos, artefatos e estados de consciência que não são mais considerados satisfatórios. Dito de outro modo, imagens que retratem de alguma maneira o movimento da busca por uma melhor condição de bem-estar no mundo.

Tendo isto esclarecido, o próximo passo foi buscar um objeto representativo do tempo atual, para o qual fosse possível olhar visando a elaboração de um *corpus* de imagens para a pesquisa. Neste momento, a experiência cotidiana pessoal da pesquisadora teve papel fundamental. Ao notar significativas mudanças na maneira como as pessoas – especialmente as mais jovens – buscam identificar seus propósitos, atuar socialmente, trabalhar e construir suas carreiras, chamou a atenção o papel dos espaços de *coworking* neste processo. Um breve estudo de seu desenvolvimento histórico permitiu identificar estes espaços como resultado de um movimento em prol de melhores condições de vida, especialmente no que diz respeito à relação vida / trabalho. Nestes espaços, a informalidade e as possibilidades de colaboração, seja na troca de ideias, criação de redes de contatos ou mesmo desenvolvimento de comunidades, contrastam com o isolamento individual e segmentação hierárquica proporcionados pelos tradicionais modelos de ambiente de trabalho, verticalizados e competitivos.

Entretanto, a definição de um objeto de pesquisa não se mostrou um critério suficiente para o desenvolvimento de uma análise. Foi necessário, antes disso, discutir as imagens, enquanto artefatos culturais, em suas potencialidades sógnicas. Neste sentido, ao se considerar a imagem como artefato cultural capaz de transmitir significado, sua discussão se deu a partir de como este significado é produzido, visto que os significados são a base do conhecimento. Assim, foi buscando as conexões de sentido possíveis entre a imagem como signo e os fenômenos que elas representam (seus objetos) que se encontrou um caminho para

a apreensão do contexto cultural atual. Na fenomenologia peirceana, as categorias (primeiridade, secundidade e terceiridade) não são excludentes e esta base permitiu a criação de uma proposta para a compreensão do processo de significação capaz de abarcar os vários níveis de realidade (física, psicológica e social) presentes nos signos.

Esta base fenomenológica permitiu o desenvolvimento de um método para extrair inferências a respeito do contemporâneo, o qual se sustenta na filosofia peirceana, incluindo não só as relações de significação que o pensador propõe, mas também as conexões filosóficas que ele aponta entre fenômenos, signos e as ciências das ideias e propósitos humanos (Estética, Ética e Lógica), as quais permitem relacionar os fenômenos com suas finalidades. Fenômenos estes representados de diferentes formas e em diferentes níveis pelas imagens que constituíram o *corpus* da pesquisa.

Partindo do pressuposto de que a base do conhecimento são os juízos que os fenômenos fornecem e que representações visuais (imagens) são um tipo de fenômeno, sendo também, por isso, signos, tornou-se possível relacionar as imagens do *corpus* com as três categorias de fenômenos, identificando aquelas mais propensas a representar qualidades (fenômenos da primeiridade), relações singulares (fenômenos da secundidade) e convencionalidades (fenômenos da terceiridade). Esta foi a base da distribuição das imagens do *corpus* em painéis e seu recorte foi cartográfico, ou seja, dado a partir da disposição espacial dos ambientes que constituem o empreendimento analisado.

Isto feito, ao se dar atenção às identidades semióticas possíveis das imagens que formavam os painéis, em vista das três espécies de relações que estas imagens são capazes de manter (relações icônicas, indiciais e simbólicas) com seus objetos (ou seja, àquilo que elas substituem / representam, no caso, os espaços específicos do empreendimento analisado), foi possível extrair das imagens: (1) qualidades relacionadas ao empreendimento (aspectos icônicos), bem como (2) conexões entre as imagens e o conjunto maior do qual fazem parte (aspectos indiciais) e, ainda, (3) convenções construídas em torno do empreendimento (aspectos simbólicos).

As relações qualitativo-icônicas, singulares-indiciais e convencionais-simbólicas encontradas levaram à identificação dos interpretantes, ou seja, das possibilidades cognitivas que as imagens eram capazes de oferecer sobre o espaço de *coworking* analisado. A partir desse momento foi possível iniciar uma discussão mais filosófica a respeito das finalidades do *coworking* como fenômeno característico da contemporaneidade. Isto se deu pelo entrelaçamento de aspectos estéticos, éticos e lógicos, o que foi possível porque, no pensamento triádico de Peirce, se os fenômenos são de três tipos (primeiridade, secundidade e

terceiridade), pressupõe-se a existência de três tipos de relação entre um signo (como fenômeno) e seu objeto (relações icônicas, indiciais e simbólicas, respectivamente em relação aos tipos de fenômenos) e também as ciências que se ocupam das leis de conformidade das coisas com seus fins mantêm relação com os tipos de fenômenos.

A Estética, para Peirce, se relaciona com a primeiridade e, por isso, se ocupa daquilo que deve ser experienciado por si mesmo (qualidades e sentimentos), ou seja, com o que deve ser o propósito do esforço humano. Já a Ética se relaciona com a secundidade e, assim, propõe quais propósitos devemos razoavelmente escolher em várias circunstâncias. A Lógica, por fim, em sua relação com a terceiridade, se ocupa de meios para se agir razoavelmente, visando, portanto, um raciocínio que permita ao indivíduo atingir seus ideais.

Notada a existência um forte entrelaçamento entre Estética, Ética e Lógica na filosofia peirceana, a partir das relações entre o que se percebeu como ideal almejado pelos produtores das imagens (bem estético), suas condutas (bem ético) e os meios (bem lógico) que foram identificados como relacionados à perseguição deste ideal, foi possível construir uma conexão entre os achados da pesquisa e o significado mais amplo que estes poderiam ter no âmbito do contexto cultural contemporâneo. Notou-se, assim, que as pessoas que frequentam o *Offcina Café & Coworking* agem no sentido de estimular relações mais informais e ampliar possibilidades de colaboração porque almejam uma relação de maior equilíbrio entre vida e trabalho, entendendo que, para isso, é preciso evitar o isolamento individual e a segmentação hierárquica proporcionados pelos tradicionais modelos de ambiente de trabalho.

Ao nos lembrarmos, mais uma vez, de que vários caminhos são possíveis para o atingimento de um mesmo resultado final, os achados da pesquisa não implicam em uma fórmula de sucesso para viver o contemporâneo. Não significam que as transformações em curso estão relacionadas exclusivamente às relações de trabalho, nem tampouco que haja um modelo de conduta único para resolver as questões que emergem da percepção de relações problemáticas entre novos fins almejados e velhas condutas correntes. É preciso que tantos exemplos quanto forem possíveis sejam analisados para que tenha uma visão realmente holista da situação. Enfim, o trabalho é infinito, já que a cultura é um movente. Contudo, estes achados nos ajudam a pensar como a atenção diligente a determinadas ações sociais e o uso de uma ferramenta conceitual adaptada ao caráter holista do contexto cultural são capazes de fornecer inferências que podem ser consideradas válidas porque se dão a partir do próprio grupo que negocia os significados ali potencializados ao expressarem, em diferentes níveis, suas crenças, desejos e intenções.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Andréa; CUNHA, Edgar Teodoro da. **Antropologia e imagem**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

BARTHOLO, Roberto. Apresentação. *In*: MANZINI, Ezio. **Design para a inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

BITTENCOURT, Luciana Aguiar. Algumas considerações sobre o uso da imagem fotográfica na pesquisa antropológica *In*: FELDMAN-BIANCO, Bela; MOREIRA LEITE, Mírian L.. **Desafios da imagem**: fotografia, iconografia e vídeo nas ciências sociais. Campinas, SP: Papirus, 1998 (pp. 197-212).

BUCK-MORSS, Susan. Estética e anestética: o “ensaio sobre a obra de arte” de Walter Benjamin reconsiderado. **Travessia**, ago./dez., 1996, p. 11-41. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/travessia/article/view/16568/15124>> Acesso em: 07 ago. 2011.

COELHO, Teixeira. **A cultura e seu contrário**: cultura, arte e política pós 2001. São Paulo: Iluminuras; Itaú Cultural, 2008.

COWORKING BRASIL. O que é *coworking*? Disponível em: <<https://coworkingbrasil.org/como-funciona-coworking/>> Acesso em: 13 maio 2017a.

_____. O Manifesto *Coworking* Brasil Disponível em: <<https://coworkingbrasil.org/manifesto/>> Acesso em: 13 maio 2017b.

_____. Censo Coworking Brasil 2016. Disponível em: <<https://coworkingbrasil.org/censo/>> Acesso em: 19 maio 2017c.

COWORKING DAY. Disponível em: <<http://coworkingday.com.br/>> Acesso em: 12 jul. 2017.

DAVIDSON, Donald. La mesure du mental. *In*: ENGELS, Pascal. **Lire Davidson**: interpretation et holisme. Éditions de L'Éclat, Paris, 1994.

DEELY, John. **Semiótica básica**. São Paulo: Ática, 1990.

DE MASI, Domenico (Org.). **A sociedade pós-industrial**. 4.ed. São Paulo: Senac, 2003.

DESKMAG. The history of *coworking* in a timeline, 2013. Disponível em: <<http://www.deskmag.com/en/the-history-of-coworking-spaces-in-a-timeline>> Acesso em: 24 out. 2016.

DONDIS, Donis. **Sintaxe da linguagem visual**. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

GLOBAL COWORKING MAP. Disponível em: <<https://coworkingmap.org/>> Acesso em: 19 maio 2017

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2013.

GROYS, Boris. Comrades of time. In: **Going public**. New York: Sternberg Press, 2010 (pp. 84 - 101)

IBRI, Ivo Assad. **Kósmos Noētós**: a arquitetura metafísica de Charles Sanders Peirce. São Paulo: Perspectiva, Hólon, 1992 (Col. Estudos, v. 130).

JARDÍ, Enric. **Pensar com imagens**. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. 14.ed. Campinas, SP: Papirus, 2012.

JOHNSON, Christopher D. **About the Mnemosyne Atlas**. Disponível em: <<https://warburg.library.cornell.edu/about>> Acesso em: 03 out. 2016.

MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum**: introdução à sociologia compreensiva. Porto Alegre: Sulina, 2010a.

_____. **Saturação**. São Paulo: Iluminuras; Itaú Cultural, 2010b.

_____. **O tempo retorna**: formas elementares da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.

MANGUEL, Alberto. **Lendo imagens**: uma história de amor e ódio. 5. reimpr. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

MANZINI, Ezio. **Design para a inovação social e sustentabilidade:** comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

MICHAELIS **Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa** [recurso eletrônico]. Editora Melhoramento, 2015. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/>> Acesso em: 02 jul 2017.

NÖTH, Winfried. **Panorama da semiótica:** de Platão a Peirce. 4. ed. São Paulo: Annablume, 2008 (Coleção E; 3).

OS PENSADORES. **Charles S. Peirce:** vida e obra. In: _____ (Col.). São Paulo: Abril Cultural, 1980.

PEIRCE, Charles S.. **Semiótica.** São Paulo: Perspectiva, 2005 (Col. Estudos, v. 46).

PORTO ALEGRE, Maria Sylvia. Reflexões sobre iconografia etnográfica: por uma hermenêutica visual *In:* FELDMAN-BIANCO, Bela; MOREIRA LEITE, Mírian L.. **Desafios da imagem:** fotografia, iconografia e vídeo nas ciências sociais. Campinas, SP: Papyrus, 1998.

SAMAIN, Etienne. Balinese character (re) visitado: uma introdução à obra visual de Gregory Bateson e Margaret Mead. *In:* ALVES, André. **Os argonautas do mangue.** Campinas. SP: UNICAMP; Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2004.

_____. A matriz sensorial do pensamento humano: subsídios para *redesenhar* uma epistemologia da comunicação. *In:* **Imagem, visibilidade e cultura midiática** (Livro da XV COMPÓS). MÉDOLA, Ana Sílvia Lopes Davi; ARAUJO, Denize Correa; BRUNO, Fernanda (Orgs.). Porto Alegre: Sulina, 2007.

SANTAELLA, Lúcia. **O método anticartesiano de C. S. Peirce.** São Paulo: UNESP, 2004.

_____. **O que é semiótica.** Col. Primeiros Passos, 21. ed. São Paulo: Brasiliense: 2005.

_____. **A teoria geral dos signos.** Como as linguagens significam as coisas. 4. reimpr. São Paulo: Cengage Learning, 2012a.

_____. **Semiótica aplicada.** São Paulo: Cengage Learning, 2012b.

_____; NÖTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia.** 4.ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SBARAI, Rafael. “Selfie” é a nova maneira de expressão e autopromoção. Publicado em: 23 nov. 2013. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/tecnologia/selfie-e-nova-maneira-de-expressao-e-autopromocao/>> Acesso em: 30 jun. 2017.

SCHULER, Maria; DE TONI, Deonir. **Gestão da imagem de organizações, marcas e produtos através do MCI: método para configuração de imagem.** São Paulo: Atlas, 2015.

TED. About TED. Disponível em: <<https://www.ted.com/>>. Acesso em: 02 jul. 2017a.

TED. TEDx Program. Disponível em: < <https://www.ted.com/about/programs-initiatives/tedx-program>>. Acesso em: 02 jul. 2017b.

TED. Salon Event. Disponível em: < <https://www.ted.com/participate/organize-a-local-tedx-event/before-you-start/event-types/salon-event>> Acesso em: 02 jul. 2017.

APÊNDICES

APÊNDICE A – História do *coworking*

Tabela 8 – Eventos históricos relacionados ao *coworking*

Período	Evento
1995	A C-base, fundada em Berlim, foi um dos primeiros <i>hackerspaces</i> do mundo. <i>Hackerspaces</i> são geralmente orientados para a comunidade, oferecendo um local físico onde as pessoas podem se encontrar e trabalhar. Estes espaços podem ser considerados como alguns dos primeiros pré-modelos de espaços de <i>coworking</i> .
1999	DeKoven lançou a palavra ' <i>coworking</i> ' como uma forma de identificar um método que facilitaria o trabalho colaborativo e reuniões de negócios coordenadas por computadores. Ele percebeu que as pessoas e os negócios eram muito isolados e hierárquicos para serem considerados 'trabalhando juntos como iguais'. O seu método visava apoiar o trabalho colaborativo por meio de uma abordagem não competitiva, dando às pessoas a oportunidade de trabalhar em seus próprios projetos. Nesse mesmo ano, o 42 West 24 surgiu em Nova York. O espaço foi gerido por uma empresa de software e ofereceu um ambiente de trabalho agradável com mesas flexíveis para indivíduos e equipes, que também poderiam ser canceladas em curto prazo. Apesar da falta de ênfase no aspecto da comunidade, em comparação com muitos outros espaços de <i>coworking</i> , esta iniciativa foi um verdadeiro avanço no mercado. Especialmente depois que a bolha de tecnologia surgiu em 2001, quando a empresa de software perdeu muitos clientes e, portanto, muitos funcionários.
2002	A C-base (vide 1995) disponibilizava redes wifi promovendo o acesso público gratuito à Internet. A mãe dos espaços de <i>coworking</i> de Viena abriu como Schraubensfabrik, que foi denominado, primeiramente, um centro comunitário para empresários. Mais tarde, foi ampliado com o Hutfabrik (Hat Factory*, 2004) e o Rochuspark (2007). Os espaços operam sob o guarda-chuva das Comunidades Konnex, que se tornaram a primeira rede local de espaços de <i>coworking</i> . Muitos espaços de <i>coworking</i> deram a antigas fábricas um sopro de vida nova. *Não há relação com a Hat Factory de São Francisco, CA.
2005	O primeiro 'espaço de <i>coworking</i> ' oficial abriu suas portas em San Francisco, na Califórnia, graças ao programador Brad Neuberg, como reação a centros de negócios "não-sociais" e à vida improdutiva em um <i>homeoffice</i> . Organizado como uma cooperativa sem fins lucrativos, o espaço foi hospedado na Spiral Muse, uma 'casa para o bem-estar'. A associação oferecia cinco a oito mesas dois dias por semana, wifi gratuito, juntamente com almoços compartilhados, pausas de meditação, massagens, passeios de bicicleta e uma rigorosa hora de encerramento às 17h45. O espaço de <i>coworking</i> fechou depois de um ano e foi substituído pela Hat Factory em 2006. O primeiro Hub começou na Estação Angel, de Londres. A partir daí, mais de 40 outros espaços de <i>coworking</i> foram desenvolvidos por uma rede de franquias em cinco continentes, que é a maior rede de espaços de <i>coworking</i> de hoje. Na Alemanha, o St. Oberholz abriu como um dos primeiros cafês em Berlim a oferecer acesso gratuito à Internet e permitir que as pessoas trabalhassem em seus <i>laptops</i> como convidados, não parasitas de wifi. Hoje, o St. Oberholz oferece um espaço de <i>coworking</i> real acima do Café.
2006	O St. Oberholz e seus visitantes se transformaram em um livro, chamado "We Call It Work - The Digital Bohemians ou vida inteligente além de empregos fixos". Publicado em 2006, o livro que não é especificamente sobre <i>coworking</i> , descreve a nova forma de trabalho criado pela internet e seus povos que - agora - muitas vezes trabalham em espaços <i>coworking</i> . O livro fomentou o movimento de <i>coworking</i> na maior nação da Europa. O <i>Coworking</i> Wiki começou em San Francisco. Um dos co-fundadores foi Chris Messina, criador das # (hashtags) do Twitter. A Hat Factory abriu como o primeiro espaço full-time chamado de 'espaço de <i>coworking</i> '. Entre os co-fundadores estavam Brad Neuberg, Chris Messina e Tara Hunt. Foi um dos quase 30

	<p>espaços de <i>coworking</i> em todo o mundo neste momento.</p> <p>No mesmo ano, começaram as primeiras 'Jellies'. Jellies são reuniões ocasionais onde um pequeno grupo de pessoas se juntam para colaborar em um ambiente informal. Jellies oferecem a oportunidade de trocar ideias sem compromissos nem custos. Ao mesmo tempo, permitem construir uma comunidade que pode eventualmente levar ao desenvolvimento de uma instituição como um espaço de <i>coworking</i>.</p> <p>Em resposta ao livro 'We call it work', um artista surgiu com o conceito de um espaço de <i>coworking</i> chamado Business Class Net.</p>
2007	<p>O Business Class Net, um espaço de trabalho de tamanho médio, localizado em uma antiga galeria em Kreuzberg, finalmente abriu. Foi o primeiro espaço de <i>coworking</i> de Berlim, e também começou as primeiras redes globais de espaços de <i>coworking</i> via <i>fairchise</i>.</p> <p>Pela primeira vez, o termo '<i>coworking</i>' foi visto como uma tendência no banco de dados do Google. Desde então, as consultas de pesquisa aumentaram pelo fator 20 ao se pesquisar a palavra '<i>coworking</i>', que prevaleceu sobre outros termos de pesquisa. O conceito de <i>coworking</i> tornou-se uma parte da mídia <i>mainstream</i> nos Estados Unidos. No entanto, até cerca de 2009/2010, o termo foi restringido apenas para os Estados Unidos.</p> <p>Um dos primeiros espaços de <i>coworking</i> foi desenvolvido por meio de iniciativa própria com um mínimo de auxílio externo. Indyhall desenvolveu um espaço de <i>coworking</i> na Filadélfia, sem ter um orçamento, mas criando uma comunidade em primeiro lugar. Cerca de 30 pessoas estavam dispostas a comprar adesões com antecedência.</p> <p>Em agosto, teve lugar em Berlim a primeira conferência sobre novas formas de trabalho, 'boêmios digitais'. A reunião foi chamada de '9to5'. Vários dos participantes mais tarde fundaram três dos espaços de <i>coworking</i> da cidade.</p> <p>Mais tarde este ano, '<i>Coworking</i>' teve sua própria página na versão em inglês da Wikipédia.</p>
2008	<p>Neste ano e no seguinte, os primeiros encontros de <i>coworking</i> não oficiais ocorreram durante o South By Southwest (SXSW), conjunto de festivais de cinema, música e tecnologia.</p> <p>Em agosto nascia o <i>Coworking Visa</i>. O programa é um acordo de boa vontade voluntário entre muitos espaços de <i>coworking</i> para permitir visitas gratuitas de seus membros a outros espaços.</p> <p>O Cubes & Crayons é o primeiro espaço <i>coworking</i> com instalações para crianças que variam de apenas alguns meses de idade a pré-escolares.</p> <p>Até o final de 2008, existiam cerca de 160 espaços de <i>coworking</i> em todo o mundo.</p>
2009	<p>O primeiro livro sobre <i>coworking</i> é publicado. '<i>I'm Outta Here! How coworking is making the office obsolete</i>' é um livro sobre as pessoas e lugares que iniciaram a revolução dos espaços de trabalho nos Estados Unidos.</p> <p>Na Alemanha, o Betahaus foi um dos primeiros a ser chamado 'espaço de <i>coworking</i>'. Nenhum outro espaço de <i>coworking</i> tinha conseguido tantas vezes um lugar na maior revista de notícias da Alemanha, o Spiegel. Por causa da crescente atenção, o termo '<i>coworking</i>' entrou na mídia alemã.</p>
2010	<p>A Alemanha foi estabelecida como o primeiro país na Europa a usar o termo '<i>coworking</i>', de acordo com o Google Trends.</p> <p>Na Europa, a primeira Conferência de <i>Coworking</i> aconteceu no Hub Bruxelas. Na época havia 600 espaços de <i>coworking</i> em todo o mundo, com mais da metade deles na América do Norte.</p> <p>O movimento <i>coworking</i> comemorou o primeiro #<i>CoworkingDay</i> - em memória do primeiro 'dia de <i>coworking</i>', que acontecia cinco anos antes.</p>
2011	<p>O ano começou com a primeira European Jelly Week.</p> <p>A Loosecubes organiza a primeira conferência oficial de <i>coworking</i> durante o SXSW.</p> <p>Um dia antes, o NextSpace também anunciou o primeiro financiamento por investidores anjos para uma rede de espaços de <i>coworking</i>.</p> <p>As primeiras grandes empresas começam a experimentar com seus próprios espaços <i>coworking</i>. A TUI, uma das maiores empresas de turismo da Europa TUI, com sede em Hanover (Alemanha), criou o espaço de <i>coworking</i> Modul 57. O Banco ING, abriu seu primeiro espaço de <i>coworking</i>,</p>

	<p>Network Orange, em Toronto. A Steelcase já estava usando alguns espaços de <i>coworking</i> como um showroom para mobiliário de escritório da Turnstone.</p>
2012	<p>A European Jelly Week, na sua segunda edição, se transforma em Worldwide Jelly Week</p> <p>Surge o GCUC (Global <i>Coworking</i> Unconference Conference) (Lê-se 'juicy')</p> <p>Em outubro, mais de 2000 espaços de <i>coworking</i> são encontrados em todo o mundo.</p> <p>Ao longo do ano, os usuários do Twitter enviaram 93.000 tweets com a hashtag '<i>coworking</i>' (Fonte: Topsy). Isso é um enorme aumento de 52% em relação ao ano anterior. Considerando o termo de busca, com e sem hashtag, havia ainda mais de 217.000 tweets (+ 56%).</p>
2013	<p>No início do ano, mais de 100.000 pessoas trabalharam em espaços de <i>coworking</i>.</p> <p>Em julho, o 3.000º espaço de <i>coworking</i> abriu.</p> <p>Com o fechamento do Hub Bruxelas, a 4ª <i>Coworking</i> Europa (conferência de <i>coworking</i> iniciada em 2010) aconteceu em Barcelona.</p> <p>A Steelcase abre a Workspring, sua própria cadeia de espaços de <i>coworking</i>, especializada em '<i>coworking</i> corporativo'.</p> <p>Há nove redes de espaços de <i>coworking</i> que operam em mais de cinco locais, como The Hub e NextSpace, nos EUA, ou Estação Urbana, na América Latina.</p> <p>Desde 2008 até então, a NextSpace havia arrecadado quase US \$ 2,5 milhões para abrir novos espaços de <i>coworking</i>.</p> <p>A maioria dos espaços de <i>coworking</i> funciona independentemente com apenas um ou dois locais. Alguns deles são organizados em associações para criar mais valores para seus membros. <i>Coworking</i> Ontario, por exemplo, lançou o primeiro plano de seguro de saúde para espaços de <i>coworking</i> em agosto de 2013.</p>

FONTE: Adaptado de Deskmag (2013).

APÊNDICE B – Demais aspectos técnico-metodológicos da pesquisa

De acordo com o TechTudo, site de tecnologia do portal online Globo.com, o Instagram foi criado por Mike Krieger e Kevin Systrom em 2010, tendo nascido como um aplicativo para celulares e, inicialmente, apenas para dispositivos iOS (sistema operacional da Apple Computers). Hoje, além do iPhone, o aplicativo para telefones móveis (app) está disponível em praticamente todas as plataformas, como Android, Windows Phone e também em versão web (VINHA, 2016).

Em 2016, com seis anos de existência, a plataforma havia alcançado 500 milhões de usuários mensais, dos quais 300 milhões acessavam o serviço todos os dias. No Brasil, o número de contas ativas era de 35 milhões, fazendo com que o país fosse o segundo em volume de uso do Instagram, ficando apenas atrás dos Estados Unidos. De acordo com dados de 2016 fornecidos pelos detentores da plataforma, são dadas mais de 4,2 bilhões de curtidas por dia nos mais de 95 milhões de publicações diárias (SILVA, 2016). O Instagram, como plataforma de rede social baseada em imagens, portanto, pode ser considerado relevante para a pesquisa não só por ser voltada para o compartilhamento de fotografias, mas também por conta de sua expressão entre as redes sociais utilizadas no país. De acordo com o 2016 Digital Yearbook (KEMP, 2016), o Instagram é a terceira mais utilizada no Brasil, atrás de Facebook e Google +²⁰, sendo que, destas, é a única com foco específico em fotografias dos usuários.

A identificação de dados válidos para a pesquisa se deu a partir dos mecanismos de busca da plataforma (e de forma gratuita, portanto), tendo sido coletadas tanto fotografias postadas no Instagram pelo próprio espaço de *coworking* quanto por frequentadores usuários da plataforma cujos perfis são públicos (de modo que podem ser acessadas por qualquer usuário). A coleta desta segunda parte do *corpus* demandou alguns procedimentos específicos. Como explica o site do Scup²¹ (SANCHEZ, 2015), o Instagram combina customização de fotos (adição de filtros e edição de imagem) com mídia social (compartilhamento, marcação e interação entre usuários), de modo que as pessoas podem compartilhar imagens com *tags* temáticas (podem ser utilizadas múltiplas *tags*), marcar o lugar onde a foto foi tirada (*geotagging*, que pode ser complementado, nas publicações pelo uso de *hashtags* e marcação de amigos usuários da plataforma), comentar em outras fotos e também marcar amigos nas

²⁰ Sem se considerar WhatsApp e Facebook Messenger, que aparecem, nesta ordem, antes do Google+ nos resultados da pesquisa, mas que não são redes sociais e sim plataformas de troca de mensagens e bate-papo

fotos e comentários a partir do uso de seus endereços de perfil (sempre apresentados como @nomedoperfil), que, desse modo, transformam-se também num recurso de etiquetamento (tagueamento). Assim, as *tags*, a partir do mecanismo de busca do Instagram, foram a base para a coleta das publicações públicas, enquanto as publicações do *Offcina Café & Coworking* puderam ser facilmente encontradas a partir do perfil do espaço (@Offcinaco).

O site TecMundo²² explica o significado do termo *tag* no universo *web*:

‘Tag’ em inglês quer dizer etiqueta. As tags na internet são palavras que servem justamente como uma etiqueta e ajudam na hora de organizar informações, agrupando aquelas que receberam a mesma marcação, facilitando encontrar outras relacionadas.

Atualmente, na internet, as tags são relacionadas a diferentes conteúdos, como páginas de sites, postagens de blogs, fotos, programas para download, links e marcadores e até mesmo nas micro-mensagens do twitter e nos sistemas de busca como o Google (ASSIS, 2009).

O tagueamento geográfico ou *geotagging*, como explica Hardware.com.br²³, site de tecnologia do Portal R7, da Rede Record de Televisão, é um recurso relacionado ao uso do *Global Positioning System*, mundialmente conhecido como GPS²⁴, permitindo adicionar as coordenadas de onde as fotos foram tiradas aos arquivos de imagem, complementando outras informações já incluídas, como a data e o nome do arquivo (metadados). Nesse contexto, os *smartphones* são o campo mais fértil para o uso desse tipo de recurso, já que os modelos costumam incluir tanto a câmera quanto o receptor GPS, juntando os dois componentes básicos necessários para gerar as *tags*. Nos *smartphones*, o *software* de captura de imagens pode obter a localização de forma rápida mesmo em locais cobertos ou com pouca recepção, incluindo a localização de forma automática às fotos. Esse recurso oferece diversas possibilidades a serviços de compartilhamento de imagens e comunidades *online* em geral, já que permite fazer buscas que trazem como resultados fotos tiradas em locais específicos.

²¹ Segundo o site da própria empresa, o Scup é a ferramenta líder em monitoramento, gestão e análise de mídias sociais (www.scup.com).

²² Site especializado em notícias, análises, comparativos e tutoriais sobre os lançamentos de eletrônicos mais recentes visando traduzir o universo da tecnologia a uma linguagem mais acessível (www.tecmundo.com.br)

²³ www.hardware.com.br

²⁴ Segundo a NASA – departamento de administração nacional de aeronáutica e espaço dos Estados Unidos) – o GPS é um sistema espacial multi propósito de radionavegação de propriedade do governo norte-americano e operado pela Força Aérea dos Estados Unidos, provendo dois níveis de serviço, *Standard Positioning Service* (SPS – Serviço Padrão de Posicionamento), disponível continuamente, em âmbito global e livre de cobranças diretas de uso para qualquer usuário, e o *Precise Positioning Service* (PPS – Serviço de Posicionamento Preciso), que é restrito ao uso das forças armadas norte-americanas, nem como suas agências federais e governos e forças armadas aliados selecionados (MAY, 2015).

Desse modo, o *geotagging* é o critério de busca mais assertivo em vista dos interesses da pesquisa.

Já as *tags* temáticas são identificadas pelo símbolo # (*hash*, em inglês), o que gerou o uso do termo *hashtag* para identificar este tipo de tagueamento de conteúdo *online*. Nas mídias sociais, nas quais muita informação é criada e comentada pelo usuário, as *tags* tornaram-se muito populares, pois permitem que tanto criadores de conteúdo quanto usuários possam relacionar diferentes temas, criando teias de conhecimento. Entretanto, há uma desvantagem: a falta de critério na utilização das *tags*. Isso pode trazer confusão na hora de encontrar mais conteúdo relacionado a um item de pesquisa, justamente pelos diferentes significados que uma mesma palavra pode ter (ASSIS, 2009).

No caso específico deste trabalho, observou-se que havia várias *hashtags* diferentes sendo utilizadas para marcar fotografias feitas no *Offcina*– e também em outros locais com nomes semelhantes – e publicadas no Instagram. Foram identificadas quatro *hashtags* principais relacionadas ao objeto de estudo, bem como suas respectivas quantidades de publicações públicas, conforme informações fornecidas pelo mecanismo de busca da própria plataforma e mostradas na tabela a seguir, por ordem de quantidade de publicações tagueadas, com dados extraídos em 23 de janeiro de 2017:

Tabela 9 – Principais *hashtags* relacionadas ao *Offcina Café & Coworking* no Instagram

Hashtags	Qtdade. de marcações
# <i>Offcina</i>	355 publicações públicas
# <i>Offcinacafecoworking</i>	043 publicações públicas
# <i>Offcinacoworking</i>	018 publicações públicas
# <i>Offcinaco</i>	020 publicações públicas
# <i>Offcinacafe</i>	002 publicações públicas
# <i>Offcinacafé</i>	001 publicação pública
# <i>Offcinacafécoworking</i>	001 publicação pública
Total	440 publicações públicas

Fonte: dados da pesquisa, 2017.

Em relação a estes resultados iniciais, importante observar que a *hashtag* que mais gerou dificuldades para a coleta de dados válidos foi ‘#*Offcina*’, pois a palavra é utilizada como *tag* pelos usuários da plataforma para indicar vários locais diferentes que se utilizam deste mesmo nome, na mesma grafia, o que ratifica a observação de Assis (2009) sobre a confusão para encontrar conteúdo relacionado ao *tag* de pesquisa, justamente pelos diferentes

significados que uma mesma palavra pode ter. Além disso, apesar de informar a quantidade de publicações públicas com uso das *hashtags* buscadas, o mecanismo do Instagram omite os resultados mais antigos relacionados à busca. Contudo, como os resultados disponíveis para acesso são apresentados dos mais recentes aos mais antigos e o empreendimento tem menos de dois anos de existência, a possibilidade de que dados válidos não fossem coletados foi reduzida.

Em vista do contexto apresentado, nem todas as marcações com *hashtags* encontradas puderam ser consideradas válidas para a construção do *corpus*. A lista a seguir indica, em ordem hierárquica de exclusão, todos os casos em que as publicações marcadas não foram consideradas, apresentando a devida justificativa:

- 1) Marcações de publicações de usuários com perfis privados, as quais, além de não serem informadas nos resultados da busca via Instagram, implicariam em problemas ético-legais caso fossem utilizadas (limitação legal respeitada pela plataforma);
- 2) marcações omitidas dos resultados de busca de *hashtags* via Instagram (limitação da plataforma);
- 3) marcações de publicações que já tenham sido tagueadas com a localização do *Offcina Café & Coworking* (o *geotag* é muito mais assertivo para busca de resultados que o *hashtag* e, ainda, garante se que se evite itens repetidos no *corpus*);
- 4) marcações feitas em vídeos (o formato destas publicações não interessa aos propósitos da pesquisa);
- 5) marcações em publicações feitas pelo próprio *Offcina Café & Coworking* (foram coletadas a partir do perfil do empreendimento na plataforma);
- 6) marcações em publicações anteriores a 01 de julho de 2016 ou posteriores a 31 de dezembro de 2016 (período de publicações estabelecido para a coleta desta parte do *corpus* por questões de viabilidade).

Assim, do montante inicial de 440 publicações marcadas, a tabela a seguir, com dados de 23 de janeiro de 2017, sintetiza a quantidade de marcações validadas para os propósitos da pesquisa:

Tabela 10 – Publicações com *hashtags* no *corpus* de análise

Hashtags	Qtde. de marcações	Marcações invalidadas	Total de publicações válidas
# <i>Offcina</i>	355 publicações	169 de outros locais* 121 ocultas ²⁵ 45 geotag <i>Offcina</i> 02 vídeos 02 <i>Offcina</i> 15 fora do período	01 publicação
# <i>Offcinacafecoworking</i>	43 publicações	04 ocultas 24 geotag <i>Offcina</i> 01 vídeo 00 <i>Offcina</i> 10 fora do período	04 publicações
# <i>Offcinacoworking</i>	18 publicações	01 oculta 14 geotag <i>Offcina</i> 00 vídeos 00 <i>Offcina</i> 01 fora do período	02 publicações
# <i>Offcinaco</i>	20 publicações	02 ocultas 15 geotag <i>Offcina</i> 01 vídeo 00 <i>Offcina</i> 02 fora do período	00 publicações
# <i>Offcinacafe</i>	02 publicações	01 geotag <i>Offcina</i> 01 vídeo	00 publicações
# <i>Offcinacafê</i>	01 publicação	01 geotag <i>Offcina</i>	00 publicações
# <i>Offcinacafêcoworking</i>	01 publicação	01 geotag <i>Offcina</i>	00 publicações
Total	440 publicações	169 de outros locais* 128 ocultas 101 geotag <i>Offcina</i> 05 vídeo 02 <i>Offcina</i> 28 fora do período (433 publicações)	07 publicações

Fonte: dados da pesquisa, 2017.

* Conforme explicado no texto, a palavra ‘*Offcina*’ é utilizada como *tag* pelos usuários da plataforma para indicar vários locais diferentes que se utilizam deste mesmo nome, na mesma grafia.

Em relação ao *geotagging*, a partir da localização do *Offcina Café & Coworking*, foram identificadas 1.237 publicações (dados de 23 de janeiro de 2017), das quais 287 estão dentro do período delimitado para a coleta. Seguindo a mesma hierarquia de exclusões aplicada às *hashtags*, foram retiradas deste conjunto 26 publicações de vídeos e 36 publicações de fotos feitas pelo *Offcina*, resultando um total de 219 publicações, as quais, juntamente com as sete publicações identificadas por *hashtags*, perfazem o total de 232

²⁵ O último resultado apresentado na busca data de 28 de maio de 2003, quando o primeiro resultado relacionado ao *Offcina Café Coworking* data de 20 de janeiro de 2015 (o que condiz com o período de construção do empreendimento), ou seja, não foram ocultadas dos resultados quaisquer publicações relacionadas ao objeto de interesse da pesquisa.

imagens integrantes do *corpus* referentes a publicações públicas de usuários da plataforma Instagram frequentadores do *Offcina Café & Coworking*.

Já no que tange ao *Offcina Café e Coworking*, decidiu-se por trabalhar com todas as publicações já realizadas desde a criação do perfil do empreendimento na plataforma²⁶ até o dia 31 de dezembro de 2016, considerando que, desde a primeira publicação realizada (datada, pelo aplicativo, de 13 de fevereiro de 2015) até o limite temporal definido, haviam sido realizadas 162 publicações, volume considerado viável para o tratamento metodológico proposto e mais proporcional em relação aos dados obtidos a partir dos frequentadores (considerando o período temporal estabelecido para a coleta destes últimos, haveria menos de 40 imagens do *Offcina* na composição do *corpus*). Assim, desconsiderando-se, do total de publicações do empreendimento, os vídeos, que somavam 24 até a data limite, e registros de outros locais que não o próprio *Offcina*, os quais somam mais oito publicações e duas imagens postadas em duplicidade, mesmo que em momentos diferentes no tempo, trabalhou-se com 138 imagens produzidas pelo espaço de *coworking*. Estas, somadas àquelas produzidas pelos frequentadores, totalizam as 370 publicações tratadas a partir do método aqui proposto.

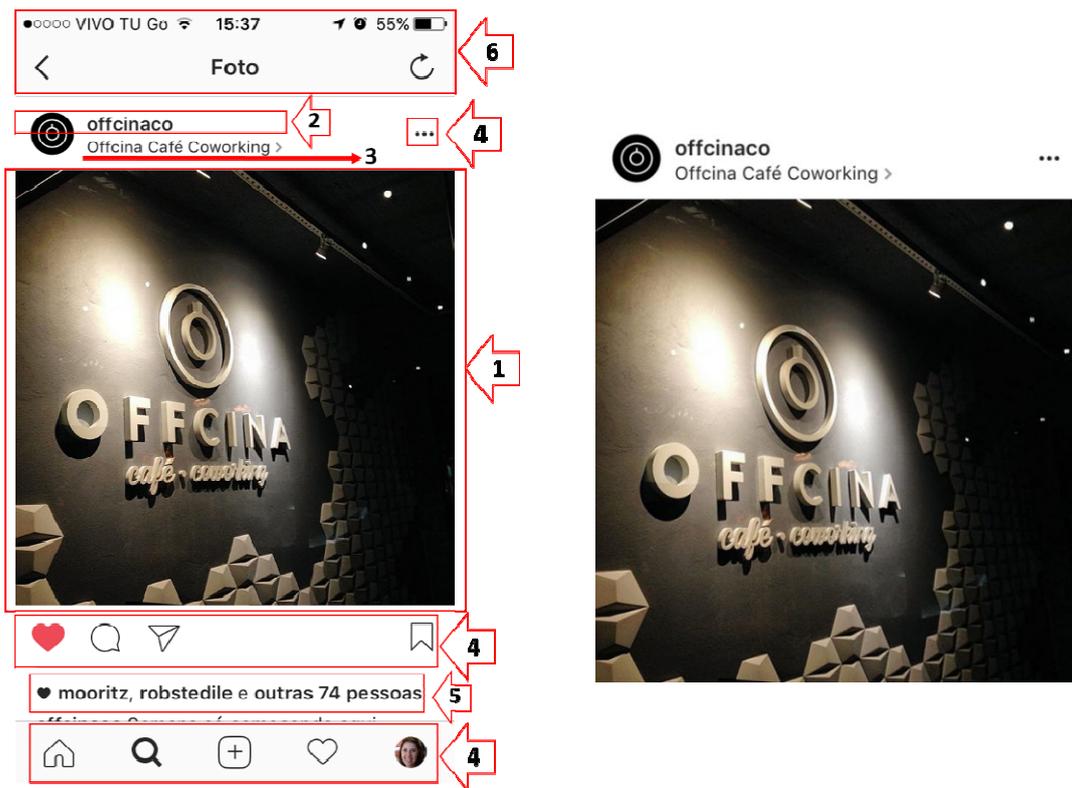
Quanto à coleta das fotos e elaboração dos painéis de imagens, em termos operacionais, o primeiro passo foi, usando um *smartphone* (iPhone SE), acessar o *app* do Instagram e fazer cada uma das buscas, conforme já descritas. Os achados obtidos em cada uma delas foram registrados a partir de capturas da tela do aparelho, as quais foram enviadas para armazenamento e posterior edição no *app* Google Fotos²⁷. Uma captura de tela apresenta, inicialmente, além da imagem em si (1), informações sobre o usuário que a publicou, (2), *geotagging* (3), ícones / menus de interação (4), descritivo de interações obtidas (5) e, ainda, (6) informações e ícones / menus do aparelho²⁸. Como interessam à pesquisa somente os itens de 1 a 3, a edição das imagens consistiu em recortar a captura de modo que permanecessem apenas os dados considerados relevantes, como se pode observar na figura a seguir:

²⁶ Perfil do *Offcina Café & Coworking* no Instagram: www.instagram.com/Offcinaco (web) / @Offcinaco (app).

²⁷ O Google Fotos é o serviço de armazenamento de fotos e vídeos do Google. O recurso possui versão para web e aplicativos dedicados ao Android e iOS. O app permite armazenar gratuitamente na nuvem imagens de até 16 MP e vídeos em resolução full HD, editar e compartilhar imagens, criar histórias, filmes e buscar fotos por locais e pessoas (BIJORA, 2015). O uso do *app*, além de permitir a realização das alterações necessárias às imagens, conforme já explicado, também facilitou a troca de informações entre a pesquisadora e sua orientadora durante o processo de elaboração dos painéis.

²⁸ Comentários do usuário sobre a fotografia publicada e interações textuais de seus amigos usuários da plataforma referentes a ela aparecem logo a seguir, mas ficam fora do alcance da área de captura de tela do aparelho (seria necessário fazer a rolagem da página até estes dados serem enquadrados para, então, fazer a

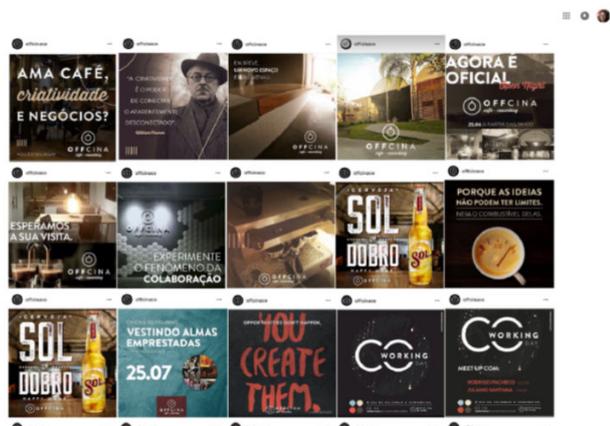
Figura 74 – Captura de tela antes e depois da edição



FONTE: da autora, 2017.

As imagens editadas foram separadas em duas pastas de arquivos no Google Fotos: *Offcina Café & Coworking* e *Publicações Públicas*. Para a realização do trabalho de agrupamento, conforme explicitados anteriormente, providenciou-se impressões coloridas do conteúdo das pastas em folhas de papel sulfite tamanho A3 (297 mm × 420 mm). A figura a seguir exemplifica as impressões obtidas:

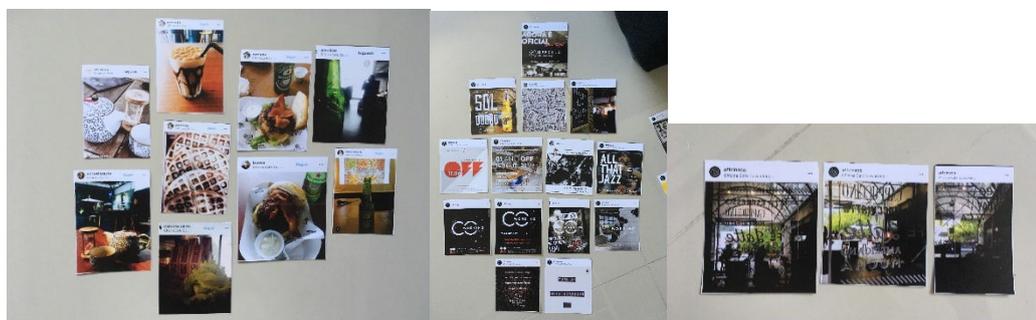
Figura 75 – Impressões dos elementos do *corpus* para recorte



FONTE: dados da pesquisa, 2016.

As imagens coletadas do perfil do *Café Officina Coworking* geraram dez impressões e as dos frequentadores usuários, mais 16. A seguir, cada imagem foi recortada para permitir seu uso individual. Conforme explicado na seção de procedimentos metodológicos, seguindo os passos do olhar contemplativo, um primeiro reagrupamento de imagens foi feito, separando aquelas de maior apelo sensorial daquelas que expressavam relações e também das que tinham conteúdo mais simbólico. Cada um desses grupos foi novamente analisado, agora buscando as singularidades presentes nas imagens, as quais, uma vez identificadas, permitiram, a partir de um olhar generalizador, a divisão das imagens em agrupamentos menores, relacionados às regularidades identificadas. Esses agrupamentos feitos manualmente foram registrados em fotos para auxiliar o processo de elaboração dos painéis de apresentação dos conjuntos, conforme exemplifica a figura a seguir:

Figura 76 – Esboços para a montagem dos painéis de apresentação



FONTE: da autora, 2016.

Durante a confecção dos painéis a partir dos registros dos esboços e do uso das imagens cortadas individualmente foi possível refinar as ideias iniciais e as versões finais

foram elaboradas a partir de um *software online* de design gráfico, o Canva²⁹. As imagens foram inseridas no programa e os painéis foram criados utilizando-se dois tamanhos padrão de papel (A3 e A4), no sentido horizontal ou vertical, dependendo da quantidade de imagens inserida. Os designs foram salvos juntamente com as figuras relacionadas a cada um deles, tanto em arquivos de extensão PDF³⁰ quanto em arquivo de imagem extensão PNG³¹, visto que, para facilitar ao leitor o acompanhamento das análises, os painéis foram, muitas vezes, separados em figuras que mostravam linhas específicas de imagens. As versões em PNG foram utilizadas para inserção dos painéis no trabalho escrito e as versões em PDF, que permitem uma visualização mais detalhada de cada imagem em boa definição, foram usadas para a criação de uma pasta de arquivos disponível para acesso *online* por meio do *link*: <http://bit.ly/TeseCynthiaHansen>.

²⁹ Segundo a revista Design Magazine Brasil (2013), o Canva é uma ferramenta *online* de design gráfico que permite a qualquer um criar design de graça (existe uma versão *premium*, que oferece mais recursos). O Canva oferece uma biblioteca de imagens *stock* vasta de elementos gratuitos e outros pagos (custando um dólar por elemento), mas também permite que o usuário faça o *upload* de seu próprio conteúdo (caso do presente trabalho). Além de proporcionar a criação de designs rápidos, o *software* permite colaboração direta com outros usuários a partir do compartilhamento dos designs criados. A ferramenta é fácil (boa parte é o conhecido 'arraste e solte') e existem *templates* pré-feitos para utilização nos projetos. Assim, o Canva é uma boa ferramenta, ótima para criar protótipos rápidos e até mesmo projetos simples, visto que é intuitivo e fácil de usar.

³⁰ Segundo o site da Adobe (2017), *Portable Document Format* (PDF) é um formato de arquivo usado para exibir e compartilhar documentos de maneira compatível, independentemente de *software*, *hardware* ou sistema operacional. Inventado pela Adobe, o PDF agora é um padrão aberto mantido pela *International Organization for Standardization* (ISO). PDFs podem conter *links* e botões, campos de formulário, áudio, vídeo e lógica de negócios. Eles também podem ser assinados eletronicamente e são facilmente exibidos com o *software* gratuito Acrobat Reader DC.

³¹ O PNG é um formato de compressão de arquivos BMP. BMP (ou Bitmap) é um formato básico de armazenamento de fotos e gráficos em pequenos quadrados que chamamos de pixels. Quanto maior o número de pixels em uma só fotografia, maior a qualidade da imagem. Enquanto o BMP salva a imagem pixel por pixel, o JPG, formato de compressão bastante conhecido, é capaz de gerar blocos de pixels e, portanto, menos informação para armazenar. No lado negativo, o JPG representa uma perda significativa de qualidade, sempre que se comprime o arquivo. Assim, cada vez que uma versão de uma foto é salva em em JPG, novos blocos de pixels são gerados e há perda de qualidade, o que é inevitável. Já o PNG é um formato mais novo, que traz compressão de arquivos sem perder qualidade e suporta 24-bit, ou seja, um número grande de cores está disponível. O PNG é o formato ideal para a internet e, também, para tirar *screenshots* da área de trabalho computadores, notebooks e outros dispositivos (STARCK, 2010).