



## **Reflexões sociosemióticas: os sentidos dos modos de morar brasileiro**

*Sociosemiotics reflections: the  
meanings of brasilian manners of  
inhabiting*

Maria Claudia Vidal Barcelos<sup>1</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7446-5028>

**[resumo]** A casa enquanto espaço doméstico é local de fazeres diários que se manifestam por práticas de vidas estabelecidas na e pela interação. A interação vem daquilo que é experimentado pelos sujeitos em um dado contexto social, e por meio dela o sentido é apreendido. O gosto do modo de morar brasileiro revela singularidades que apontam estilos de vida adotados pelo indivíduo que ocupa a casa conferindo a noção de pertencimento. Iluminado pela sociossemiótica de Eric Landowski, o artigo propõe reflexões sobre a relação entre modos de morar e o morador e sinalizam caminhos para a apreensão de outros sentidos pela sensibilidade.

**[palavras-chave]** **Sociossemiótica. Modos de morar. Sentidos. Práticas de vida. Interações.**

**[abstract]** The house as a domestic space is a place for daily errands that are manifested by life practices established in and through interaction. The interaction comes from what is experienced by the subjects in a given social context, and through it the meaning is apprehended. The taste of the Brazilian manners of living reveals singularities that point to lifestyles adopted by the subject who occupies the space of the house, and it is given to the person the notion of belonging. Illuminated by Eric Landowski's Sociossemiotics, the article proposes reflections on the relationship between manners of inhabiting and the dweller, and it signalizes paths to apprehend other meanings through sensibility.

**[keywords]** Sociossemiotics. Manners of inhabiting. Semiotics Lyfe practices. Meanings. Interactions.

Recebido em: 17-08-2020

Aprovado em: 06-01-2021

---

<sup>1</sup> Mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Bacharel em Administração de Empresas pela mesma instituição. Técnica em Design de Interiores pela Escola Panamericana de Artes. Pesquisadora do Centro de Pesquisas Sociossemióticas. E-mail: [m\\_claudia@uol.com.br](mailto:m_claudia@uol.com.br). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5047425394300158>.

## Introdução

O território do espaço doméstico, aquele que chamamos de casa, entra em cena. Grande ou pequena, em condomínios ou fora deles, nas comunidades, nos cortiços ou vilas, a moradia sempre guarda o significado imediato de abrigo. Vários tipos e diversos formatos, acolhendo uma vida apenas ou muitas outras, pouco importa. O que o espaço da casa tem em comum para todas as pessoas é ser um lugar de fazeres diários que dão sentido à vida.

Esse reduto privado, no qual somente se é bem-vindo quando convidado, a *casa da gente* é lugar onde desdobram histórias e se guardam memórias, sejam de longa data ou breves, alegres ou tristes. São todas, pois, narrativas que se fazem por vidas vividas e entrelaçadas umas às outras, conforme Michel de Certeau bem as descreve,

aqui as famílias se reúnem para celebrar os ritmos do tempo, confrontar a experiência das gerações, acolher nascimentos, solenizar alianças, superar provas, todo aquele longo trabalho de alegrias e de luto. (CERTEAU, 1994, p. 206)

A citação não faz menção do lugar no qual a casa está inserida, ou mesmo da forma ideal que ela precisa ter, mas indica ser um espaço em que se privilegiam as práticas de vidas e interações que se desenvolvem no seu interior ao longo de um determinado tempo.

O conceito de práticas de vida e o de interação se interligam. Podemos dizer que a interação vem daquilo que é experimentado pelos sujeitos em um dado contexto social. Por meio dela, podem apreender, compreender e interpretar a relação estabelecida entre eles e as coisas do mundo, independentemente de onde a relação se dê. As práticas de vida estão implícitas na interação que se dá pela ação do fazer diário dos sujeitos. A ação repetida do indivíduo produz outras ações entendidas como programas narrativos compostos por enunciados que, ao serem analisados, depreendem valores. Ana Claudia de Oliveira nos ensina que a prática pode ser analisada do seguinte modo:

Como uma rede relacional [...] decomponível e passível de ser reconstruída pelo que analisa como um conjunto de enunciados que são resultantes de uma estratégia única de enunciação. Trata-se de uma instância de realização, performática das atividades humanas. (OLIVEIRA, 2014, p. 5)

A análise das manifestações do sentido das práticas de vida e das interações tem sustentação teórica na sociosemiótica de Eric Landowski, que foi formulada a partir da semiótica discursiva e seus desdobramentos, legado deixado por Algirdas Julien Greimas e seus colaboradores<sup>2</sup>. A semiótica discursiva, conhecida também como greimasiana, tratou a problemática

<sup>2</sup> Algirdas Julien Greimas, linguista lituano, contribuiu amplamente na problemática da significação a partir da semântica estrutural consolidando a semiótica discursiva. Greimas analisou objetos distintos e agregou colaboradores de áreas diversas.

da significação para além do texto escrito, expandindo a metodologia de análise a outros objetos de estudo, conforme Eric Landowski nos explica de forma bastante didática:

Greimas traz a ideia de que a significação não é uma questão de palavras que se justapõem, mas uma apreensão global de algo. Por exemplo, quando você vai ao cinema, tem uma apreensão global de estímulos visuais, auditivos, sensoriais, tudo misturado. O papel da Semiótica é entender como entendemos. Compreender, no caso do exemplo, como o filme é feito para produzir tais e quais efeitos.<sup>3</sup> (LANDOWSKI, 2017)

Partindo do sólido pilar da semiótica greimasiana, a sociossemiótica constituiu-se assumindo ser possível dar conta da apreensão dos sentidos de objetos mais complexos, como práticas sociais, discursos políticos, bairros e ruas de uma cidade, entre outros, nos quais a linguagem é formada por mais de um sistema e que, por assim se apresentarem, são tratados por uma semiótica sincrética. O sentido, objeto universal da semiótica na sociossemiótica, é entendido como algo que não é dado de imediato ou predefinido, mesmo que esteja escondido para ser descoberto, é algo construído na e pela interação.

A metodologia do percurso gerativo de sentido, fundamento basilar da semiótica greimasiana, que trata da análise do encadeamento das narrativas em níveis que vão do mais concreto para o menos como método para que o sentido seja assim apreendido, serviu de base para Eric Landowski, como “estrutura de pensamento” (LANDOWSKI, 2017, p. 167), para desenvolver a teoria e formular o modelo dos regimes de interações. De acordo com o teórico, isto foi possível justamente por Greimas não ter tratado a semiótica como um conceito fechado, mas como um modo de organizar o raciocínio para depois ser uma metodologia de pesquisa. O modelo formulado por Eric Landowski propõe quatro tipos de narratividades sustentadas por lógicas próprias que, de modo articulado, ocupam uma posição definida em torno de duas elipses entrelaçadas e que marcam uma possível continuidade. Nela temos alocados o regime da programação pela lógica da regularidade, que ocupa a posição de oposição ao regime do acidente sustentado pela lógica da aleatoriedade, o regime da manipulação que se dá pela intencionalidade e, por último, o regime do ajustamento sob a lógica da sensibilidade. Cada um desses regimes tanto tem a sua própria dinâmica como também mantém uma dinamicidade entre eles<sup>4</sup>.

Das relações vividas no meio sociocultural, ou mesmo por aspectos individuais que se manifestam nas práticas no coletivo, os regimes de sentido se manifestam por meio das narratividades endossadas pela tipologia dos regimes de interações. A sociossemiótica firma-se como teoria geral da construção do sentido, e tem alicerçado inúmeros trabalhos

<sup>3</sup> JORNAL DO COMÉRCIO DE FRANCA. Entrevista de Eric Landowski concedida à jornalista Vanessa Maranha publicada em 28/5/2017. Disponível em: <https://gcn.net.br/noticias/352874/franca/2017/05/o-papel-da-semiotica-e-entender-como-entendemos>. Acesso em: 3 jan. 2021.

<sup>4</sup> Para maior aprofundamento sobre o modelo de interação proposto por Eric Landowski, recomenda-se a leitura do livro do autor: *Interações arriscadas*, Editora Estação das Cores e Letras, 2014.

investigativos de temas distintos, promovendo debates saudáveis e contribuindo para as mais variadas problemáticas vividas em sociedade. É desse modo que nos valem da teoria sociosemiótica para refletirmos sobre alguns aspectos do morar brasileiro e apontar caminhos possíveis que tragam sentidos para o sujeito morador.

A atualização no modo de morar tem sido amplamente estudada e debatida nas últimas décadas por vários campos de atuação com o propósito de investigar as condições da moradia dos brasileiros. Entendemos que as mudanças de certos hábitos estão atreladas às transformações sociais e econômicas vividas no país e que muitas delas resultam em condições desfavoráveis e, portanto, disfóricas para a sociedade. No entanto, neste artigo não entraremos nessa discussão. A reflexão que propomos é sobre as interações que partem da relação entre os modos de morar brasileiros, o sujeito morador e a *moda da casa*, entendida como agente de transformação. Atribuímos-lhes o estatuto de objetos semióticos capazes de produzir sentidos construídos pelas interações que estabelecem entre si. Nessas condições, continuaremos com a nossa reflexão, passando por alguns aspectos da moradia brasileira e pela *moda da casa*.

### O modo de morar e a *moda da casa*

No Brasil, o setor da arquitetura, design de interiores e decoração, constituído por empresas que atuam em diversas áreas, como construção civil, indústria moveleira, varejo e serviços, tem crescido de modo acelerado nos últimos dez anos, principalmente no segmento focado em residências. Somente no ano de 2016, segundo pesquisa realizada pela Multicrédito Inteligência e Tecnologia, o crescimento do ramo concentrado em moradias foi acima de 20%<sup>5</sup>. Outro dado apurado relevante é a indicação de que pouco importa o momento econômico atravessado pelo país, ou seja, mesmo em tempo de crise, o brasileiro tem o hábito de investir na sua casa. O segmento, então, se faz por um constante estímulo e a concorrência impõe às marcas um contínuo desafio na atualização de seus modelos de negócio para que possam suprir as demandas que surgem de modo veloz, sobretudo na era digital em que vivemos. Nesta dinâmica um *novo* consumidor surgiu e o mercado precisou (e ainda precisa) adaptar-se com agilidade.

Embora o sujeito ainda seja motivado pela privação de algo e, nessas condições, se lance em um processo de busca daquilo que lhe falta, o *novo* consumidor mostra-se com uma postura mais atuante e participativa, transformando sua busca em uma jornada de escolhas possíveis. Com essa mudança de atitude, agora mais consciente do seu poder de escolha, muitas marcas passaram a rever as suas estratégias de atuação no mercado, procurando cativar e estar cada vez mais próximo desse sujeito atualizado. Visando compreender como esse *novo* consumidor se relaciona com a arquitetura e a decoração e faz escolhas para a sua moradia, a agência *Young & Rubican*, com o apoio da *Revista Casa Claudia*, formulou um

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/dino/segundo-dados-mercado-de-decoracao-residencial-teve-aumento-de-21-no-anode2016,8eb2d88674f850a9db68951e260edec3992y7c3y.html>. Acesso em: 26 jul. 2020.

estudo com um grupo de profissionais de diversas áreas para captar a essência dos modos de morar, conforme explica Sumara Osório, diretora de planejamento da agência:

Queríamos entender as múltiplas tendências e os principais valores que foram se adaptando ao longo do tempo e hoje influenciam a relação das pessoas com sua casa. Os perfis foram montados de acordo com essas tendências e esses valores, permitindo interpretar como se transformam em comportamentos e hábitos de consumo<sup>6</sup>. (OSÓRIO, 2018)

Consideramos que muitas das aquisições de bens e produtos carregam valores subjetivos, que operam no sujeito como forma de expressão tanto como referência de si mesmo, marcar um estilo de vida quanto como em resposta às mudanças socioeconômicas que ele passa ao longo da sua vida. É dessa forma, portanto, que assumimos haver uma certa *moda da casa* como agente de transformação nos modos de morar, que é capaz de atuar naquele sujeito em estado de privação no *fazer querer* ou no *poder ter* o seu objeto de valor.

No cenário brasileiro, podemos notar que conceitos de moradia surgem e são replicados para todas as classes sociais. A ideia da *varanda gourmet*, por exemplo, ganhou força e foi incorporada ao interior tanto de uma casa espaçosa como ao do apartamento de poucos metros quadrados, indicando assim, que esse *produto* é um objeto de valor desejado por muitos e referência de *bom gosto* nos modos de morar atual. Podemos citar também a recente *ascensão* da cozinha nas casas. No programa residencial das moradias, as cozinhas têm a sua função bem definida para o preparo da comida e costumam ser mediadas por uma porta com a função de separação e sempre “estiveram em segundo plano” (LEMOS, 1976, p. 204). No entanto, ultimamente esse ambiente passou a integrar mais o corpo social da casa brasileira. Tal mudança da sua posição, antes *reservada* e agora *destacada*, instaurou uma *moda da cozinha* e, por meio dela, a relação entre sujeito morador e sua moradia ganhou novos contornos, reverberando para outros sentidos que vão além dos fazeres diários e rotineiros do ato de preparo da comida. Podemos dizer que os modos de morar foram ressignificados pelo sentido do *estarem juntos* desde a preparação do alimento até o seu consumo.

As semelhanças construtivas replicadas parecem padronizar os modos de morar brasileiros de tempos em tempos, situação essa que é alvo de algumas críticas direcionadas aos empreendimentos imobiliários. Segundo Carlos Lemos, esses negócios parecem agir “em benefício de seus próprios bolsos” (LEMOS, 2013, p. 261) ao lançarem novos produtos de moradia que promovem uma desvalorização de conceitos antes instituídos. Polêmicas à parte, entendemos que é no interior dos espaços privados que o sujeito morador imprime com mais liberdade a sua individualidade e mostra suas preferências por meio do seu *gosto* particular de morar, como veremos a seguir.

<sup>6</sup> REVISTA CASA CLAUDIA. Publicação do estudo: O que mudou na forma como os brasileiros moram nos últimos anos. Disponível em: <https://casaclaudia.abril.com.br/especiais/como-sera-a-casa-dos-brasileiros-nos-proximos-tempos/>. Acesso em: 26 jul. 2020.

## O gosto da *moda da casa*

Mesmo que, em algum momento, o sujeito morador seja inconstante e se deixe seduzir pelos *encantos* do mercado quando esse lhe oferta algo de *bom gosto* de modo massificado, serão pelas suas práticas, presentificadas nos modos de morar dele, que a sua subjetividade será manifesta. Podemos ilustrar essa afirmação com a experiência da visita à casa de um amigo narrada por Eric Landowski:

Quando se entra na casa dele, descobre-se primeiro uma imensa cozinha, da qual ele visivelmente gosta muito, onde passa todo o tempo – o que logo se entende, dado o caráter extremamente confortável e acolhedor do local –, e, em seguida, um salão de estilo Luiz XV perfeitamente convencional, no qual ele reconhece que jamais fica, mas de que, todavia, tem muito orgulho. A cada visita, uma vez feitos os devidos cumprimentos de nossa parte sobre essa maravilha, logo retornamos juntos e nos acomodamos na cozinha. (LANDOWSKI, 1997, p. 105)

O trecho acima, extraído do artigo *Gosto se discute* (1997), ilustra muito bem esse modo subjetivo do morador relacionar-se com os ambientes da sua moradia. O autor discorre sobre as formas do gosto, os encontros e desencontros que ele promove e os percursos dos sujeitos de ação diante das situações que enfrentam e que irão determinar suas escolhas possíveis frente a tantas opções do mercado. No exemplo apontado, o bom-tom da moda Luiz XV prevaleceu pautado no regime de visibilidade, que coloca o sujeito morador, enquanto *querer ser visto*, como alguém de *bom gosto* em relação ao sujeito visitante. No entanto, o modo como a experiência é sentida pelo outro, ou seja, o visitante, revela a preferência genuína nos modos de morar do anfitrião.

Ao tratarmos do gosto da *moda da casa* é necessário esclarecer que não estamos conferindo nenhum juízo de valor. As preferências do sujeito em *gostar* disso ou daquilo são entendidas como um processo a ser analisado apenas pelas escolhas que ele faz, levando-nos a desvelar a sua singularidade. Em outras palavras, o *gosto* por determinadas escolhas confere o caráter da subjetividade daquele que habita o espaço, algo relevante para que os sentidos nos modos de morar sejam assim apreendidos.

O agenciamento dos elementos decorativos, arranjos e composições que um sujeito escolhe pode manifestar-se como estilo de vida daqueles que ocupam o espaço da casa. Para Eric Landowski, ele é definido pela tradução de estratégias individuais que se apresentam e são postas em prática na coletividade. O estilo de vida vem, então, situar o sujeito, uma vez que lhe dá o sentido de pertencimento a um lugar. Causa estranheza pensar que o morador não reconheça pertencer ao seu espaço privado que é a sua própria casa. No entanto, podemos dizer que isso pode ocorrer quando ele aceita e segue propostas e conceitos sem questionar se são apropriados para si. Tal atitude, que demonstra a dificuldade desse sujeito morador em ter plena liberdade para assumir a composição dos ambientes de sua casa, foi criticada por Adrian Forty na década de 1950, quando afirmou haver um embate entre o *querer* e o *dever fazer* do sujeito de ação:

O conflito do desejo de individualidade com os constrangimentos da economia e de ideias dominantes prospera no ato de decorar interiores. Cada escolha, cada decisão sobre a decoração do lar é um episódio novo do mesmo drama: o conflito está sempre presente e nunca é resolvido. (FORTY, 2009, p. 163)

Apesar de essas palavras conferirem ao sujeito morador um certo conformismo diante da arte de decorar sua casa, Adrian Forty também reconhecia que esse mesmo indivíduo tinha o forte desejo de desatar as amarras de padrões determinados. Nessas condições, o conflito entre *dever fazer* e *querer fazer* pode então ser ultrapassado e lançar o sujeito morador na posição saudável de ser modalizado pelo *poder fazer* diferente.

Felizmente, cada vez mais vemos uma abertura para que o gosto e o estilo próprios do morador consigam ultrapassar os conceitos preconcebidos e as composições padronizadas impostas pelo mercado e que muitas vezes parecem desajustadas ao sujeito que habita o espaço. Para alegria do crítico citado, o indivíduo pode dizer com mais frequência: “O lar é onde posso fazer o que quero...” (FORTY, 2007, p. 163) marcando assim uma ação libertadora pela impressão do seu gosto, mesmo que esse gosto seja o de seguir o gosto de outro.

Como abordamos acima, não é novidade que as marcas do segmento de decoração sigam investindo em pesquisas para ofertar produtos alinhados aos desejos de seu público. Por isso, grandes nomes produzem e disponibilizam a coleção anual por meio de catálogos resultantes de estudos vinculados a uma tipologia de estilo de vida ou a atributos de um dado sujeito. Com essa base de investigação, o lançamento de um produto promove vínculos com o público-alvo, levando em consideração o contexto social no qual ele está inserido. A empresa de consultoria AkzoNobel Brasil, ligada ao fabricante das Tintas Coral, explica como as pesquisas de tendências operam para lançar seus produtos no mercado:

Examinamos tendências de ponta culturais, de design e de estilo de vida, e então usamos os achados para formar uma imagem clara dos fatores que exercerão o maior impacto em nossas vidas no futuro próximo. Isso nos ajuda a identificar as principais tendências de consumo e o estado de espírito geral do momento. Queremos entender quais fatores sociais, econômicos e de design influenciarão a forma como as pessoas viverão nos próximos anos – o que as mantém ocupadas? Como elas vão trabalhar, relaxar, se socializar? E como isso se traduz no ambiente construído. (AKZONOBEL, 2020, p. 14)

Como resultado, a Tintas Coral apresenta uma variada gama de cores *do ano* para que o sujeito morador possa renovar as paredes de sua casa. No entanto, não se trata de uma nova cor de tinta para uma casa qualquer, mas para casas vinculadas a um determinado propósito. Temos assim a apresentação de uma casa para cuidar, ou talvez para se reconectar ou quem sabe para se divertir, e para cada uma delas haverá uma paleta de tons ao alcance do sujeito morador, basta que ele se identifique com o valor do propósito que cada cartela propõe.

De modo similar, encontramos no catálogo de tintas de outra marca o lançamento de cores baseadas na tipologia do morador. A figura do *aventureiro*, daquele sujeito que não pode ser aprisionado e precisa da liberdade para olhar o horizonte ou mergulhar no mar, ou então o *transformador*, descrito como à frente de seu tempo, visionário e criativo, ou ainda aquele apaixonado pelas cores exuberantes e formas arrojadas e que as mistura sem parcimônia, eis então o sujeito *entusiasta*<sup>7</sup>. Todos esses sujeitos de vontades estão presentificados na cartela de cores oferecida pelo destinador, o fabricante de tintas. O sujeito morador, assim devidamente modalizado, identifica e escolhe as tonalidades para colorir não só as paredes de sua casa mas, quem sabe, também a vida que deseja ter.

Superfícies, mobiliários, objetos e acessórios combinados com cores, materiais e padrões são, pois, elementos que integram a decoração e revestem os espaços da casa formando arranjos plásticos percebidos tanto pela impressão visual como pela apreensão do sentido. Ao tratarmos da plasticidade dos arranjos faz-se necessário explicar que estamos no campo da semiótica plástica, assim nomeada para dar conta das análises visuais de objetos de natureza diversas, como arquitetura, escultura, paisagens naturais ou pintadas, fotografias ou, mais precisamente, o que nos interessa aqui tratar: a composição de interiores. Em todos esses objetos de estudo, a construção é organizada por arranjos específicos e estruturados por mecanismos particulares, conforme Ana Claudia de Oliveira explica:

Considerando que o texto visual qualquer que seja ele [...] é construído por um arranjo específico de sua plástica, organizada por mecanismos estruturais particulares de seu sistema de regras, ressaltando em uma dada sintagmatização das unidades mínimas: optamos por designar plástica a semiótica que se ocupa da descrição do arranjo da expressão de todo e qualquer texto visual. (OLIVEIRA, 2004, p. 12)

Os arranjos plásticos de um dado espaço podem ser organizados de modo a terem sentido para os sujeitos pela ordem estética da composição formada a partir das regras que regem a arte de decorar. Assim, proporções, medidas, equilíbrio, dominância, esquemas cromáticos, elementos necessários na harmonização do ambiente, em conjunto, formam um todo de sentido que atua no sujeito como realidade de reconhecimento dessas estruturas codificadas articuladas entre si. Na ordem estética, pressupomos que ocorra apenas uma ação da *leitura* da composição formada pelo indivíduo que observa o espaço. Tal processamento que se dá pela estética é mais reconhecido e identificável, e talvez seja o motivo pelo qual é reproduzido tantas vezes em distintas moradias. Para além da ordem estética, existe uma outra maneira possível: aquele que se faz pelas qualidades sensíveis atuantes de modo particular na apreensão do sentido do sujeito.

<sup>7</sup> A tipologia está no Catálogo Colormix – Tendência de Cores 2019, elaborado pela empresa norte-americana Sherwin Williams que comercializa tintas para as mais diversas finalidades.

O filósofo francês Alain de Botton defende que não escolhemos aquilo que colocamos dentro dos nossos espaços de modo aleatório, mas tendemos a fazer algumas escolhas como lembrete de quem nós somos e também nos fazer ser vistos pelos outros, conforme aponta:

[...] na sua forma mais autêntica, o impulso arquitetônico parece associado a um desejo de comunicação e comemoração, uma ânsia de declararmos ao mundo por meio de um registro não verbal, por intermédio da linguagem dos objetos, cores e tijolos: uma ambição de deixar que os outros saibam quem somos – e, nesse processo, lembrar de nós mesmos. (BOTTOM, 2007, p. 126)

A afirmação corrobora com a noção de pertencimento anteriormente mencionada e também na questão do sujeito ser sensível ao que está à sua volta. A sensibilidade, atribuída ao regime de interação por ajustamento, fundamenta-se no fazer sentir um do outro. Essa interação que coloca o sujeito morador em relação ao ambiente da sua casa está prevista na lógica da união que o conduz na experiência estética. Podemos entender mais facilmente a questão da estesia ao pensarmos na casa de um sujeito colecionador. Atraído por algum objeto que pode ou não lhe remeter algo, é impelido a colecioná-lo. Desse modo, vai adquirindo e trazendo os objetos para perto dele, expondo-os na sua casa, como extensão de si mesmo. Paulo de Freitas Costa, pesquisador e curador da coleção particular de Ema Gordon Klabin<sup>8</sup>, explica como se dá a relação entre a coleção e o colecionador:

Uma coleção é, antes de mais nada, uma construção criada pelo próprio colecionador a partir de escolhas, mesmo que sejam, em parte, escolhas inconscientes [...] o objetivo do colecionador é formar uma imagem de si próprio, não aquela simplesmente refletida em um espelho, mas sim a imagem ideal, imaginada e desejada, para perdurar na eternidade. (COSTA, 2007, p. 24)

O modo particular de um colecionador morar é traduzido pela experiência vivida do sensível a partir das competências estéticas do sentir o objeto colecionado e que, de certo modo, não se separa totalmente do estético. Em tais circunstâncias, o conhecimento que o leva a adquirir ou mesmo a admirar o objeto colecionado engloba o que sente e o que faz sentido para ele, demonstrando uma relação que tende mais para o regime de ajustamento pela lógica de um sentir o outro, quase como uma fusão dada pelo estado de união.

Muito embora a *moda da casa*<sup>9</sup> pareça induzir o sujeito morador para a criação de ambientes com uma certa regularidade de formatos, indicando uma previsibilidade no ato da composição e sugerindo estar no regime de sentido da programação, ou ela possa atuar

<sup>8</sup> Ema Gordon Klabin, empresária e herdeira da Indústria Klabin, teve uma intensa participação na vida cultural paulistana. Promoveu a carreira de muitos artistas e músicos como conselheira de diversas instituições culturais. Ao longo de sua vida, formou uma variada e vasta coleção de objetos e obras de arte que atualmente encontram-se na Casa Museu da Fundação Ema Klabin.

de modo intencional sob o regime de sentido da manipulação, instigando o sujeito morador a segui-la custe o que custar, é possível buscar novos caminhos que promovam modos de morar mais livres das convenções impostas. Tal direção é apontada por Eric Landowski quando ele retoma à obra de Greimas *Da imperfeição* (1997), considerada marco para a semiótica discursiva por trazer à tona uma reflexão sobre a presença estética e a apreensão do sentido pela estesia, conforme destaca:

Em *Da Imperfeição*, objeto dos trechos analíticos, por mais condensados que sejam, é a organização específica das configurações plásticas (perceptíveis no mundo ou simuladas em textos) que, ao comover o sujeito em função de sua própria disponibilidade, proporcionam base necessária para apreender esse “sentido outro”. (LANDOWSKI, 2017, p.118)

Entende-se, assim, que o sujeito morador compreende a ordem estética, porém não se rende apenas a ela. Ele pode assumir uma posição de ação que sobrepõe a espera de alguma outra coisa qualquer que o surpreenda e, quem sabe, possa trazer-lhe outros sentidos. Surge um novo caminho, o da disponibilidade dele próprio ser capaz de agir e provocar algo que ressignifique o seu modo de morar. O sujeito demonstra a si mesmo ser capaz de surpreender-se com suas próprias escolhas, tornando-se um *novo* sujeito agora “empenhado na construção de seu ser” (LANDOWSKI, 2017, p. 132).

Nessas condições, os modos de morar passam a ser tantos outros, talvez mais livres e mais ousados, ajustados nas singularidades do sujeito morador, produzindo novos sentidos emergentes de configurações espaciais autorais e mais inventivas, colocando a *moda da casa* como ela deve ser,

cintilante, livre, caprichosa, a moda procura sem cessar nos surpreender, e são precisamente suas invenções, as surpresas que ela cria, que são encarregadas de justificá-la aos nossos olhos, dando-nos “gosto de viver” na própria medida em que ela cotidianamente nos convida a viver uma outra vida. Uma vida “nova”. (LANDOWSKI, 2012, p. 110)

### Considerações finais: os sentidos, sentido

O ano de 2020 surpreendeu o mundo. Frente à ameaça do inimigo coronavírus fomos obrigados ao isolamento em nossas moradias. A realidade que tal contexto atípico impôs a todos fez com que nossos olhos se voltassem para o espaço da casa como o provável local mais seguro, reforçando assim o seu significado de abrigo. A situação ainda ressaltou a problemática da casa como edificação de formatos e tamanhos variados uma vez que diversas atividades, antes exercidas em outros locais, passaram a ser desenvolvidas *em casa*. De uma hora para outra, o espaço doméstico passou a ser compartilhado com outros, ao mesmo tempo e o tempo todo. A casa abrigo precisou ser ampliada rapidamente, mas sem contar

com reformas. Diante de nós estavam os mesmos metros quadrados, os mesmos compartimentos para conter fazeres diários somados a tantos outros que foram incorporados à nova rotina instalada.

Em tempos de incertezas, viver e conviver consigo e com os demais, na sua potência máxima, em espaços compartilhados, conduz a novos agenciamentos que tornam possíveis descobertas e redescobertas nos modos de morar desabrochando sentidos que expõe o pensar a *moda da casa*.

Sabemos que a expressão *à moda da casa* é bastante utilizada na culinária como referência de uma receita que contém alguns *segredinhos* de preparo ou ainda algum ingrediente secreto cujo um hábil cozinheiro é capaz de elaborar para si mesmo ou para os outros. Muitas vezes, a partir de uma receita qualquer, e por vezes comum a muitos, ela é ressignificada e promove outros sentidos. Apropriando-nos desse modo de agir do cozinheiro, somos motivados a pensar que as particularidades do ato de arranjar e compor a casa sejam mais explorados pelo sujeito morador, sendo esse capaz de imprimir cada vez mais a sua marca a partir das suas singularidades.

Desse modo, a *moda da casa*, mesmo que seja um tanto *caprichosa* e *cintilante* (LANDOWSKI, 2012, p. 110), conforme as palavras de Eric Landowski na citação anterior, tem a sua continuidade garantida pelas práticas de vida daquele sujeito que, ao adotá-la, não faz por imposições e nem a segue cegamente anestesiado. O indivíduo, mesmo que consciente do curso que a moda impõe, lança um outro olhar para as mudanças que ela sugere e busca estar na moda por meio do seu modo singular de morar, aquele que promove a apreensão de sentidos. Sentidos esses, que são sentidos tanto por ele como por quem ali é convidado a estar. Sentidos genuínos na experiência vivida da *casa da gente*.

## Referências

BOTTON, Alain de. **A arquitetura da felicidade**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2007.

CERTEAU, Michel de; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. **A invenção do cotidiano. 2. Morar, cozinhar**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1994.

COSTA, Paulo de Freitas. **Sinfonia de objetos**. São Paulo: Iluminuras. 2007.

FORTY, Adrian. **Objeto de desejo. Design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

LANDOWSKI, Eric. **Com Greimas. Interações semióticas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

LANDOWSKI, Eric. **Presenças do outro: ensaios de sociosemiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2012.

LANDOWSKI, Eric. Gosto se discute. *In*: FIORIN, José Luiz. **O gosto da gente, o gosto das coisas**. Abordagem semiótica. São Paulo: EDUC, 1997.

LEMOS, Carlos A. C. **Cozinhas, etc**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1976.

LEMOS, Carlos A. C. **Da taipa ao concreto. Crônicas e ensaios sobre a memória da arquitetura e do urbanismo**. São Paulo: Três estrelas, 2013.

OLIVEIRA, Ana Claudia de (org.) **Semiótica plástica**. São Paulo: Hacker Editores. 2004.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. Apresentação. *In*: OLIVEIRA, Ana Claudia de. **As interações sensíveis. Ensaio de Sociosemiótica a partir da obra de Eric Landowski**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2013.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. Interação e sentido nas práticas de vida. **Anais da Compós** 2014. Disponível em: [http://www.compos.org.br/biblioteca/acdeoliveirafinalsemioticadaspraticas\\_2259.pdf](http://www.compos.org.br/biblioteca/acdeoliveirafinalsemioticadaspraticas_2259.pdf). Acesso em: 2 de jan. 2021.