

A INFLUÊNCIA DO CIBERESPAÇO NA PERCEPÇÃO DE NECESSIDADES E ADAPTAÇÃO DO ESPAÇO E DOS MEIOS URBANOS NOS CAFÉS DE BRASÍLIA

Professora orientadora: Ana Carolina Netto Gomes Drumond

Aluno: Gabriela Castro da Silva

PROGRAMA DE
INICIAÇÃO CIENTÍFICA
PIC/CEUB

RELATÓRIOS DE PESQUISA
VOLUME 9 Nº 1- JAN/DEZ
•2023•

ISSN: 2595-4563





CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA - CEUB
PROGRAMA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

GABRIELA CASTRO DA SILVA

**A INFLUÊNCIA DO CIBERESPAÇO NA PERCEPÇÃO DE NECESSIDADES E
ADAPTAÇÃO DO ESPAÇO E DOS MEIOS URBANOS NOS CAFÉS DE
BRASÍLIA**

Relatório final de pesquisa de Iniciação Científica apresentado à Assessoria de Pós-Graduação e Pesquisa.

Orientação: Ana Carolina Netto Gomes Drumond

BRASÍLIA

2024

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a todos aqueles que ficaram contando os “e se” na dúvida se realmente valia a pena persistir em uma ideia ou um sonho, pois, todos merecem a oportunidade de ao menos tentar, assim como esta me foi concedida por meio desta pesquisa.

AGRADECIMENTOS

Agradeço grandemente à minha família, em especial minha mãe e irmãos, além da minha incrível orientadora, sem eles nada disso seria possível. Afinal, a motivação para esta pesquisa se deu com diversos debates, voltados para a diferença dos usos e percepções dos espaços que tive com meus irmãos diversas vezes.

Desde muito cedo me interessava a respeito de como meus irmãos exerciam determinadas atividades, como se comunicar com os amigos e a escolha de lugares para visitar sem o uso constante da internet, tendo em vista que minha irmã nasceu em 1988 e meu irmão em 1992, enquanto eu nasci em 2004. Com isso, tivemos que sempre lidar com choques de conflitos geracionais, principalmente quando o assunto tangia a internet, por termos vivências muito distintas. Por isso, agradeço tanto meus irmãos Bruno e Letícia por sempre instigar a minha curiosidade e criatividade com suas histórias.

*Um barco que veleje nesse info-mar
Que aproveite a vazante da info-maré
Que leve meu e-mail lá até Calcutá
Depois de um hot-link
Num site de Helsinque
Para abastecer*

(Gilbeto Gil)

RESUMO

Esta pesquisa aborda a influência do ciberespaço na percepção de necessidades e adaptação do espaço e do meio urbano nos cafés de Brasília. Visando obter uma compreensão mais aprofundada deste tema, foram explorados os conceitos de cibercultura sob a perspectiva de Pierre Levy, e a sociedade do espetáculo apresentada por Guy Debord. Além disso, com o objetivo de investigar melhor a temática, foram feitos seis estudos de caso, em cafeterias de Brasília, especificamente, no Plano Piloto, onde foram observados os seguintes pontos: localização, entorno, descrição geral do espaço, conectividade, mobiliário, presença de espaços instagramáveis, iluminação, espaços de confraternização e descontração e programação visual, com o intuito de observar como e se houve adaptação dos espaços influenciados pela cibercultura. Nesta perspectiva notou-se que os cafés, contemporaneamente, tiveram sua função de encontro modificada, pois passaram a ser lugar de conexão, tanto física, quanto virtual. Este espaço, também incorporou novas atividades, como a do trabalho, sobretudo após a pandemia de COVID-19, e a de lugar fotogênico, ou instagramável. Sob esta ótica, pode-se notar o quão relevante se tornou a percepção estética na cibercultura, formando espaços baseados em tendências. Por fim, tendo em mente, em especial o aumento de consumo de redes sociais em decorrência da pandemia de COVID-19, e a crescente população nativa digital, tem-se a formação de opiniões e a naturalidade de expor hábitos e rotinas cotidianas nas mídias digitais, bem como a disposição atual de consumir espaços e produtos que possuam algum vínculo com a internet. O que corrobora a ideia de alienação descrita por Debord em sua obra Sociedade do Espetáculo.

Palavras-chave: cibercultura; café; arquitetura

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
OBJETIVOS	11
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	11
3. MÉTODO	17
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	18
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS (OU CONCLUSÕES)	40
REFERÊNCIAS	43

1. INTRODUÇÃO

Na atualidade, a percepção de necessidades se moldou com base nas informações recebidas de tendências que se propagam na internet, em especial ao se tratar das gerações nativas digitais. O ciberespaço ganhou novas funções ao se expandir de maneira globalizada, gerando uma cibercultura que se tornou o principal aspecto fundamentador da personalidade e consciência dos jovens. Devido ao meio de formação de personalidade paralelo ao crescimento e desenvolvimento tecnológico, a percepção das necessidades sofreu alterações massivas com uma imensa parcela da população mundial, especialmente após o isolamento social decorrente da pandemia do COVID-19.

A arquitetura, por consequência, absorveu muitas dessas mudanças, os espaços edificados passaram por modificações e adaptações com o intuito de incorporar as novas tecnologias e além disso uma nova forma de interação e percepção do espaço se apresentou: os limites entre o espaço construído e real se diluiu e se interseccionou com o espaço virtual, o que permitiu que o ser humano pudesse experimentar situações híbridas. Estando fisicamente em um determinado lugar e ao mesmo tempo, virtualmente em outro. Sob esta perspectiva o trabalho investiga esta dualidade e as adaptações e modificações no espaço decorrentes desta situação, nas cafeterias de Brasília.

Outrossim, é importante apontar que as cafeterias são espaços de encontro, e que no século XVIII ganharam destaque e foram essenciais para a propagação dos ideais iluministas, sendo local de encontro e debate, um espaço catalisador da atmosfera comunitária, e naquele momento, de construção de um novo mundo pautado pela razão e pelo trabalho. Por outro lado, embora, como no século XVIII, hoje as cafeterias sejam destacados locais de encontro na cidade, cumprem papel distinto, apresentam-se como local para trabalho, espaços de encontro de grupos que compartilham interesses e reforçam estes laços com postagens nas redes sociais, formando algumas vezes comunidades virtuais.

Ao contrário do século XVIII, onde o espaço da cafeteria promovia o encontro e possibilitava o debate com atuação no mundo real, físico, hoje, por outro lado, o

projeto arquitetônico desses estabelecimentos deve possibilitar a interação entre o mundo real e o virtual, pois os encontros, a atuação da comunidade vão além do espaço físico constituído. Muitas vezes, encontros virtuais, tanto de lazer quanto de trabalho, são o foco dos frequentadores das cafeterias.

Desse modo, o presente trabalho aponta e discorre sobre as principais mudanças nos espaços físicos das cafeterias, decorrentes das mudanças de uso, principalmente para o trabalho, e sobretudo as decorrentes da interação entre o espaço físico e do virtual, de forma mais específica, no que Pierre Levy define como ciberespaço.

Finalmente, cumpre-se apontar o crescente número de cafeterias abertas no Plano Piloto, podendo se relacionar à Debord que argumenta em sua obra, "Sociedade do Espetáculo", que, na sociedade capitalista avançada, as relações sociais são mediadas por imagens e representações, levando à alienação das pessoas. Introduzindo o conceito de "espetáculo", que se refere à transformação das interações humanas e da cultura em uma exibição contínua de imagens e mercadorias, onde a aparência toma o lugar da substância. Desta forma, com a massificação de cultura e repentina sensação de necessidade em postar o que se está fazendo, os espaços acabam tendo que se aliar ao ciberespaço para atingir o ápice de sua comercialização. Visando a socialização ou a permanência para trabalho, as pessoas tendem atualmente a fotografar e publicar fotos de seu cotidiano, o que aumenta a quantidade de espaços instagramáveis, especialmente em ambientes que dependem da circulação de sua população flutuante.

Em suma, por meio de visitas técnicas e desenvolvimento teórico, esta pesquisa visa mapear espaços instagramáveis e espaços de trabalho e destacar a relação do ciberespaço com o espaço físico, desenvolvendo paralelos entre o fenômeno da súbita adaptação da percepção de necessidades, a internet e a arquitetura.

OBJETIVOS

Objetivo geral:

Analisar e documentar as influências geradas pelo ciberespaço nos cafés do Plano Piloto, levando em conta sua alteração estética, de uso e de disposição dos espaços urbanos.

Objetivos específicos:

1. Avaliar a relação entre a moda no ciberespaço e a estruturação e estética de novos estabelecimentos.
2. Examinar como as cafeterias adaptaram seu espaço para o trabalho remoto.
3. Examinar como as cafeterias adaptaram seu espaço para o engajamento nas redes sociais.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para melhor compreensão dos tópicos abordados no decorrer desta pesquisa, muito se fez necessário o uso da contextualização do ciberespaço, além de sua relação com a arquitetura, este se fundamenta como elemento base para o desenvolvimento do senso estético trabalhado na tese que nesta pesquisa se discorre. Com isso, as definições de ciberespaço e estética podem ser apresentadas com o auxílio de diversas literaturas, as quais fortaleceram a fundamentação teórica desta pesquisa.

Adentrando o conceito e desenvolvimento social da cibercultura, não apenas como uma generalização de tendências em escala global, mas também como objeto de estudo, é importante ressaltar sua história. Sob estas circunstâncias, os termos ciberespaço e cibercultura se tornaram objetos de estudo das ciências sociais a partir da publicação do livro intitulado “Cibercultura”, de Pierre Lévy, em 1997, obra esta, que aborda todos os meios de interações interpessoais através da internet como sendo o ciberespaço. Desta maneira, é defendido pelo filósofo e sociólogo francês que, perante ao conjunto de costumes e vocabulários comuns a um grupo, forma-se uma cultura, é derivado de um movimento de globalização, pessoas ao redor do mundo passam a interagir, e desenvolver comunidades, as quais, tendo seus próprios nichos de conteúdo tanto no ramo do entretenimento, quanto informativo, formam as subculturas virtuais, que integram uma única cibercultura que se instaurou na internet.

Outrossim, curiosamente, a terminologia utilizada por Pierre, foi originada anos antes, no primeiro livro de uma trilogia que definiu o rumo e consolidou o gênero da ficção científica na literatura. A obra ficcional em questão é “Neuromancer” , de William Gibson, publicada pela primeira vez em 1984 e foi considerada na época como pioneira do sub gênero cyberpunk. Em meio a esta trama, o ciberespaço era de fato um meio de comunicação e interação social em que todos adentravam e deixavam seu corpo físico em prol de uma imersão completa na internet e, mediante a isso, a pior punição a se receber era a expulsão do ciberespaço. Posto isto, Case, o protagonista, que é um cowboy do ciberespaço e hacker da matrix, recebeu a punição máxima, que era a de ser infectado por uma toxina implantada em seu sistema nervoso, o impedindo de se conectar ao ciberespaço, e passando, então a cometer pequenos furtos para sobreviver.

Desta maneira, é possível destacar o modo no qual as gerações nativas digitais tiveram como parte do seu meio de convivência e formação de consciência social, o ciberespaço, especialmente na hodiernidade, em que lidamos com um contexto pós pandêmico. A formação da personalidade de uma pessoa se baseia na mescla de suas experiências no meio em que vive, com isso, a compulsão gerada pelo ato de estar constantemente conectado às redes sociais, se tornou um elemento formal do processo do desenvolvimento de opiniões e caráter de um indivíduo, sobretudo

daqueles nascidos a partir do ano de 2000, que tiveram sua primeira infância já em contato com o mundo digital.

Destarte, os impactos gerados por um processo forçado de isolamento social, por conta da pandemia, fez com que a maior parte das pessoas com acesso à internet adquirisse ou agravasse a situação de vício em telas e redes sociais. Com isso, a percepção geral de necessidades sofreu um impacto considerável, ultrapassando o limiar de ser apenas influenciado por uma cibercultura, para se tornar um molde de tendências e perspectivas. Embora as pessoas acreditem que possuam controle do meio digital e a maneira que ele as afeta, é notória a atuação prática da teoria do filósofo francês, Michel Foucault, o corpo dócil, teoria esta que se dá pela perda de consciência formal, deixando de praticar a própria consciência socioespacial para se alienar as ideias de uma liderança ou meio, da mesma forma que durante o isolamento social houve uma grande alienação de posicionamentos.

” 90% dos lares brasileiros já têm acesso à internet no Brasil, aponta pesquisa”

Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, isso significa 65,6 milhões de domicílios conectados, portanto, 5,8 milhões a mais do que em 2019” pode parecer muita coisa, ainda mais por ser o título de uma postagem realizada no site do governo brasileiro em 19 de setembro de 2022, entretanto, o abismo social vislumbrado durante o período da pandemia ao que se diz respeito ao acesso a internet foi e ainda é imenso. Tendo em vista que a conexão com o ciberespaço era o único meio de interação social e aprendizagem, as pessoas que foram ilhadas neste período passaram por ainda mais contratempos em sua profissionalização e na sua atuação profissional, agravando a falta de equidade em escala nacional. Estes fatores deságuam na idealização de espaços e interações interpessoais, causando um aumento nas taxas de ansiedade e depressão, tendo em vista a comparação feita muitas vezes involuntariamente, entre as vivências de pessoas de uma mesma bolha social.

Interessantemente, segundo um posicionamento da OMS (Organização Mundial da Saúde), em Genebra, no dia 17 de junho de 2022, a depressão e a ansiedade aumentaram mais de 25% apenas no primeiro ano da pandemia e, até o ano de 2030, a depressão será a doença mais comum do mundo e a mais incapacitante. Mas aí vem a

dúvida, do como o tópico se atrela e associa com a Arquitetura, o Urbanismo e os cafés de Brasília.

Em resposta a este questionamento, é possível se criar um paralelo entre uma comunidade que se espelha em expectativas e idealizações, e seu quase inevitável adoecimento, além da falsa sensação de bem estar por meio de postagens que seguem a estética do momento, surgem os tão famosos ambientes instagramáveis e padronizado, impactando diretamente a divulgação de um estabelecimento ao vender uma estética, o que pode ser visto com clareza nas cafeterias de Brasília.

Seguindo esta linha de raciocínio, a percepção individual do meio em que a sociedade está inserida na hodiernidade é constantemente modificada, aplicando um julgamento massificado de ideias sobre os mais diversos temas, em especial a estética, a qual é tida como um conceito fluido que se adapta aos ideais sociais de cada momento da história humana. A Estética pode ser definida como o ramo da filosofia que estuda as diversas formas de beleza, seja ela natural ou artística e perante as denominações de belo ao decorrer da história, suas relações com a arte e a natureza foram se adaptando aos valores impostos à época. Ademais, a divisão entre a estética Subjetiva e Objetiva se baseia sobretudo na gama interpretativa de uma obra, sendo ela individual ou coletiva, respectivamente. Com isso, pode-se concluir que a cibercultura por moldar parte dos pensamentos e de certa maneira desconstruir a individualidade de uma massa populacional por meio de likes e popularidade, acaba sendo atualmente a maior influência da construção da estética objetiva e, conseqüentemente, a invisibilização dos fins lucrativos ao se vender uma imagem se torna algo cotidiano.

Posto isto, a comercialização de ideias e percepções se naturalizou, visando atingir a parcela mais próxima da totalidade, com a finalidade de manter em circulação uma economia capitalista, a qual tem como fundamento a exploração e expropriação do ser humano e do valor de seu trabalho. Levando em conta a carga horária trabalhada e a remuneração díspar, atrelado ao consumo de conteúdo digital em momentos livres, o capital gerado pelo proletariado é revertido em consumo das novas modas que surgem nas redes sociais e seu subsídio, muitas vezes priorizando suprimir

os impulsos gerados por estímulos das mídias à melhorar a qualidade de vida permitida pelo sistema socioeconômico.

Outrossim, diversos pensadores como sociólogo e filósofo polonês Zygmunt Bauman em seu livro “Modernidade Líquida”, muito conhecido, retratam a visão do ciberespaço como um “sonho colorido” que destoa da realidade ao se comparar as condições não apenas financeiras que as pessoas vivem e a que querem dar a entender que vivenciam, mas também de saúde física e mental, sendo um fenômeno a se observar na população mundial que se reflete no conceito de uma estética ultrapassada com pouquíssimo tempo de uso se equiparada à vida útil da moda antes da vida digital. Com isso, acompanhar o que é popularizado é uma verdadeira guerra, em razão da divulgação e crescente expectativa colocadas sobre algo e a possibilidade de com um piscar de olhos o completo sucesso de algo inesperado, mas em ambos os casos, afora o “hype” ou “flop” de alguma coisa, a internet se polariza ao expressar seu gosto ou desgosto por esta coisa. Consoante a isso, a necessidade que se criou de promover cegamente uma ideologia fez-se um padrão, tendo em vista que independente do tópico, sempre haverão pessoas debatendo civilizadamente ou não na internet.

Levado em consideração as grandes mobilizações proporcionadas pelo ciberespaço, devido a sua ágil conexão com pessoas ao redor do globo, destaca-se como exemplo a primavera árabe, a qual foi uma série de protestos populacionais nas ruas de países árabes do norte africano em prol de demonstrar a sua insatisfação com a repressão governamental junto a perda de direitos básicos da população e a crescente taxa de desemprego, tudo organizado pelo Twitter no ano de 2010. Para além deste acontecimento, outras duas grandes mobilizações sociais que tomaram partido em meio digital, foram o impeachment da ex -presidenta Dilma Rousseff, no ano de 2016 e, o movimento anti-racista protagonizado pelos Estados Unidos, “Black Lives Matter”. Estes eventos históricos demonstram a força e a proporção que uma mobilização online pode tomar, mas pouco efetivamente se difere da popularização e vendas de estéticas pois, pouco se fala midiaticamente a respeito de grandes movimentos levantados pelas redes sociais quando estes “saem de moda”, da mesma forma que uma estética é descartada ao ser considerada ultrapassada.

Em suma, o ciberespaço se tornou um aspecto fundamental do cotidiano atual, atuando nos mais diversos campos da percepção humana de necessidades e urgências. Deste modo, aplicando formas para moldar os indivíduos como integrantes de um bolha determinada perante a sua escolha de consumo de conteúdo digital, além de o convencer que precisa se enquadrar e seguir as últimas tendências. Contudo, drenando em diversas situações o senso crítico do indivíduo, o negando o próprio pensamento questionador se a situação em que ele se encontra é devida.

Já em relação ao que tange o campo da estética, pode-se apoiar na definição de Ariano Suassuna, o qual define, em sua obra “Iniciação à estética”, a estética como o ramo da filosofia que estuda a natureza do belo e a percepção da beleza nas artes e na vida. Para o autor, a estética não se limita apenas ao estudo das artes eruditas, mas também abrange a beleza presente nas manifestações culturais populares. Suassuna enfatiza que a estética é fundamental para entender como os seres humanos expressam e percebem o mundo, unindo a racionalidade e a sensibilidade em uma experiência única.

Desta maneira, ao relacionar a formação da estética por meio da popularidade de determinados elementos em uma cultura, a conceituação de estética particular ao ciberespaço depende muito mais da cibercultura globalizada do que de elementos regionalizados e restritos a certas culturas espalhadas pelo mundo. Sendo assim, com a perspectiva da massificação de opiniões e percepções da realidade, o senso estético teve por sua vez, mudanças significativas, especialmente ao se tratar da durabilidade das tendências que o formam.

As cafeterias, por sua vez, são historicamente espaços para o debate e o encontro, tendo sido popularizadas desde a época do romantismo, com livros protagonizados pela burguesia e tomando como cenário os cafés. Com isso, assim como constatado por Caio Giusti Bianchi, no artigo “CAFÉ E ECONOMIA BRASILEIRA DA ASCENSÃO À EXTINÇÃO DO CICLO DO CAFÉ”, “Uma das contribuições de maior relevância para o país, e que se perpetuou trazendo benefícios para as próximas gerações, é o incontestável desenvolvimento da infraestrutura brasileira. Com o objetivo primário de atender a oferta e demanda da produção cafeeira principalmente no interior de São Paulo, a expansão dos caminhos de ferro entre os estados e a

modernização de portos acompanhou o crescimento do café no Brasil, facilitando assim o processo logístico e a efetividade do sistema exportador cafeeiro.”, também exerceu um papel importante na crescente popularização do café enquanto espaço, levando em consideração este feito, é notória a facilitação para se obter o produto (café), para seu uso nas cafeterias.

3. MÉTODO

Para atingir os objetivos propostos, foi realizada uma revisão bibliográfica com o objetivo de complementar as informações relacionadas ao tema ciberespaço e de como este atua e influencia a percepção e a configuração dos espaços físicos das cafeterias. Logo foram escolhidas 6 cafeterias do Plano Piloto, para serem visitadas e estudadas, para por fim, observar como o ciberespaço atua, modifica e interage com o espaço físico das cafeterias em questão. Este estudo foi documentado com croquis no estilo *urban sketch*.

Foi utilizada a metodologia de pesquisa descritiva, de natureza qualitativa, por meio de estudos de caso, com o objetivo de analisar e documentar as influências geradas pelo ciberespaço nos cafés do Plano Piloto, levando em conta sua alteração estética, de uso e de disposição dos espaços urbanos.

Dessa maneira, após o estudo do referencial teórico, procedeu-se à confecção e organização de um roteiro que serviu de guia para as visitas às cafeterias selecionadas. Em sequência as visitas foram realizadas, e neste momento foram levantados os dados constantes no roteiro, bem como desenvolvidos os croquis de estudo de caso.

Cabe informar que foram selecionadas 6 cafeterias, no Plano Piloto, com alto engajamento nas redes sociais, sendo elas: Mooca, Sebinho, Casa Almeria, Los Baristas, Nitrogênio, Ernesto Café.

Por fim com base nas informações obtidas através das visitas às cafeterias e das respostas anotadas no roteiro, os estabelecimentos foram analisados sob os seguintes

aspectos: localização, entorno, descrição geral do espaço, conectividade, mobiliário, presença de espaços instagramáveis, iluminação, espaços de confraternização e descontração e programação visual.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Cibercultura e os espaços Arquitetônicos

Tomando como partido com base na manipulação de tendências internalizada na cibercultura, é possível compreender de onde vieram os conceitos de lugares instagramáveis e de decorações sazonais em estabelecimentos, estereótipos gerados ao redor de uma estética acabam sendo muito comercializados, o que faz com que ao se pensar em um novo espaço, a principal influência seja do que está fazendo sucesso no momento. Sendo assim, a promoção de um ambiente se torna completamente vinculada ao seu sucesso nas redes sociais, o que afeta diretamente seu número de visitantes e consumidores.

A julgar pelo fato de Brasília vir se tornando a capital dos cafés, é importante ressaltar a forma na qual estas estéticas se enraizaram na cidade e vêm cada vez mais se tornando parte da estética brasiliense. O conceito defendido na implantação de Brasília, desenvolvido por Lucio Costa, sofreu alterações em seu traçado, mesmo que mantendo suas raízes, apresentando uma disposição menos monumental para abrigar a população demasiadamente grande e inesperada inicialmente, mas também cria espaços para serem fotografados e postados, além de não contar, ao generalizar seu território, com a falta de conexão e redes de wi-fi.

Ademais, se for colocada em pauta, a forma que se interagia com o espaço antes da internet e na atualidade, são notáveis as mudanças arquitetônicas e funcionais, para exemplificar, pode-se estabelecer uma comparação entre a Torre de TV de Brasília e a Torre de TV Digital. A primeira foi inaugurada em 9 de março de 1967, com o intuito de captar sinais de rádio e televisão, tendo uma função usual maior que a estética, enquanto a Digital, a qual foi inaugurada em 21 de abril de 2012, 45 anos depois da primeira, apresenta de maneira quase equivalente suas funções estética e usual. Tendo em vista que na atualidade, as novas gerações consomem consideravelmente menos canais de televisão, fazendo um uso muito mais intenso de plataformas de streaming, até mesmo a Torre de TV Digital sofre ameaças de desativação funcional, para servir apenas como monumento, assim como a sua antecessora. E perante ao que se diz respeito da aparência de ambas, é notável a sua diferença, especialmente ao analisarmos suas volumetrias, a analógica apresentando uma certa rigidez por se formar por formas majoritariamente geométricas e alinhadas de maneira simétrica, enquanto a digital dispõe de uma forma mais orgânica e fluida, referenciando uma flor do cerrado.

A distinção entre estes dois monumentos é oriunda de mudanças na conceituação do belo, não apenas o arco temporal. O uso de formas mais fluidas e desconstruídas se tornou muito popular no ano de 2010, sendo visto em inúmeros projetos arquitetônicos brasil afora, como por exemplo no Orquidário Professora Ruth Cardoso em São Paulo, o qual foi construído em 2010 e projetado por Decio Tozzi e Licuri no paisagismo, ou então, ainda de 2010, também é possível contemplar o Museu do Meio Ambiente de Stymphalia, por Demetrios Issaias e Tassis Papaioannou, na Grécia. Observando esses exemplos, são perceptíveis padrões de formatos que disposições que marcaram uma década na arquitetura, sobretudo ao correlato à tão falada na época, popularização dos meios de comunicação digital de maneira massiva.

Outrossim, a utilização de localidades sofreu uma grande influência dos meios digitais, o que proporcionou uma nova visão do espaço. Para além dos cafés, a experiência voltada à estética proporcionada por uma edificação e a maneira na qual ela atua no entendimento e interação com o espaço, o ato de frequentar determinados locais se tornou um evento para que se possa documentar um registro e publicá-lo.

Com isso, a associação com a estética filosófica e científica entra em ação, abrindo espaço para a interpretação social ou geométrica do espaço, visando que a estética no campo da Filosofia seja tida como um objeto de estudo a respeito do que pode ser julgado ou não como algo belo, desenvolvendo um padrão de pensamento ao identificar a beleza ou questionar padrões pré-existentes. Em contrapartida, a estética científica se baseia na busca por uma lógica e certa racionalização da matemática envolvida na obra em análise, assim, tentando ordenar as formas de expressão dentro dos meios de composição e proporção.

Sinteticamente, a ágil mudança de percepção do belo em decorrência ao crescente tempo de consumo digital é um dos maiores desafios a ser enfrentado pela arquitetura contemporânea. Desta forma, a funcionalidade dos espaços e sua aparência são fortemente influenciadas por serem diretamente relacionadas com a interação dos indivíduos com o meio, para mais, o estudo da arquitetura atrelada ao ciberespaço e a cibercultura se mescla com a integração destes com o desenvolvimento acadêmico do que se entende na hodiernidade como estética assim como belo.

Assim como no livro “A Cultura do Narcisismo”, escrito por Christopher Lasch, em uma sociedade individualista como a atual, as pessoas tendem a pensar em espaços públicos como se elas fossem o ponto focal do projeto. Isso pode ser exemplificado com a criação de espaços mais neutros e livres de barulhos, formados majoritariamente por mesas individuais nos cafés para que se possa trabalhar sozinho neste espaço. Contudo, a popularização da “estética de se trabalhar em uma cafeteria” é desenvolvida e comercializada pela mídia cinematográfica há muitos anos, gerando uma expectativa em diversas pessoas de que sua experiência será assim como a propaganda nas redes sociais e em mídias de entretenimento. Desta forma, a percepção de necessidade de se vivenciar um acontecimento formatado por um imaginário ideal, no qual o ilusório de uma situação utópica se torna o maior promotor de experimentar a situação, podendo gerar impactos positivos, aumentando o público de um estabelecimento, ou então, frustrando a expectativa da pessoa e a motivando a muitas vezes, espantar um potencial público que poderia vir a frequentar determinada cafeteria.

Em adição, o potencial que a internet traz para o aumento do público de um estabelecimento é algo notável e que vale a pena ser levado como tônica a ser debatida. Com o intuito de ilustrar o tópico, a obra “Sociedade do espetáculo”, de Guy Debord, pode ser trazida à tona, levando em consideração que “A origem do espetáculo é a perda da unidade do mundo”. Da mesma forma como o parafraseando do livro, a massificação de pensamentos gerada pelo ciberespaço se torna um ponto focal para a definição da estética que será vendida em um estabelecimento e a maneira que ela poderá vir a ser recebida pelo grande público. Levando em consideração a dimensão que este fenômeno pode tomar, são perceptíveis alguns exemplos como, o The Coffee, que possui cerca de 15 lojas apenas no plano piloto do Distrito Federal, se estabelecendo na venda de um “estilo de vida” minimalista que se popularizou pelas redes sociais e fez com que a franquia crescesse rapidamente na região.

Os espaços dos cafés e sua história

Consoante ao que se refere ao contexto histórico das cafeterias no Brasil, é importante trazer uma base para que seja possível abordar mais precisamente os tópicos que serão trabalhados, em especial ao se tratar da questão estética relacionada ao ambiente.

Desta maneira, voltaremos no tempo para o ano de 1727, quando o oficial militar luso-brasileiro, Francisco de Mello Palheta, chegou em solo brasileiro com as primeiras mudas de café do país. Com a popularização da bebida e o início de seu cultivo, a partir de 1800, originou-se então o ciclo do café, integrando a cultura e economia brasileira, além de trazer consigo uma grande quantidade de imigrantes para o território nacional.

Conforme o avanço das relações comerciais centradas no café, o seu preparo ganhou status e tornou-se até mesmo um lugar social, conhecido como cafeteria ou mesmo por café. Diante disso, por volta de 1820, foram inauguradas as primeiras cafeterias do Brasil na cidade do Rio de Janeiro, uma delas sendo a “A fama do café

com leite”, conhecida como Braguinha, devido ao seu dono, um senhor português conhecido como Braga pela região, o que pode ser visto como parte do costume brasileiro de apelidar locais em função de alguma característica conhecida por aqueles que frequentam o espaço.

Em função da ascensão econômica de uma elite cafeeira, a burguesia, na época dona dos meios de produção ligados à produção do café, passou a ter um status mais elevado em relação ao período do ciclo da cana-de-açúcar, gerando uma pequena população letrada que visava se ver representada na mídia. Assim, a protagonização de romances por esta classe em contexto e ambientação de plantações de café e cafeterias, formando um novo valor estético e social para estas localidades.

Tendo em mente que na época, a escola literária vigente era o romantismo, movimento este que foi centrado na subjetividade e no sentimentalismo, a literatura ganhou um importante papel na popularização das cafeterias por meio da criação de um estereótipo atrelado aos romances românticos. Desta maneira a figura feminina se tornou uma parte deste estereótipo, moldando uma estética comumente delicada e voltada para o encontro de duas pessoas, assim, perdurando uma estrutura de ambientação que perdura até os dias atuais. Como maneira de exemplificar as tradições criadas em torno dos cafés desde o romantismo, pode-se citar a composição do ambiente por mesas com poucas cadeiras e algumas bebidas tal qual o espresso ou o café com leite.

Por meio da popularização de determinados usos do espaço, os quais estão em constante mudança, os cafés se tornam um tópico em alta novamente, se moldando para suprir as novas demandas dos consumidores e se manter bem movimentados. Em função da pandemia, as cafeterias ganharam um valor inestimável, mesmo que por pouco tempo para a pessoa que nela estava, tendo em vista que o período de isolamento social gerou uma carência por sair de casa e ver algo novo, o mais popular uso do espaço neste período se tornou trabalhar fora de casas. O costume do coworking em cafés se popularizou e espalhou rapidamente, marcando uma nova função para o espaço.

Para mais, a alta e queda da popularidade dos cafés ao longo de sua história no Brasil, depende quase exclusivamente da divulgação e propagação midiática. Em conclusão, a centralização das adaptações do ambiente neste caso se dá no movimento do capital que pode ser gerado ao vender uma estética, ou como hoje é conhecido, um “life style” (traduzido diretamente do inglês, estilo de vida). Pois, ao se gerar uma demanda, a concorrência de estabelecimentos se inicia, formando uma concentração de patrimônio econômico e social em determinada região, influenciando o custo de vida em seus arredores e a incidência de ruídos.

Como a cibercultura modificou os espaços dos cafés

Dentre os tópicos que foram abordados, pode-se destacar a influência do ciberespaço enquanto um meio formador de opiniões e personalidades, promovendo a possibilidade de tornar algo popular, impulsionando a movimentação de uma localidade para seu sucesso ou sua ruína comercial. Da mesma maneira que um determinado “lifestyle” é vendido por estabelecimentos que visam o lucro perante a sua imagem e lotação, os espaços dos cafés também se adaptaram ao uso comercial de tendências como guia de publicidade, por meio das estéticas virais que se fazem muito presentes no meio da cibercultura. Por mais que haja uma experiência acoplada ao que se tem como uma cafeteria, na atualidade, o valor dado a esta experiência vem se tornando cada vez maior na perspectiva de suprir a necessidade de inclusão, fazendo com que os cafés se atrele a uma estética para proporcionar cada vez mais um momento único ao seu cliente, e que o distingue dos demais, principalmente por termos presença em algumas ruas do plano piloto mais de um café.

Ao se trazer a tona essa vertente mais capitalista do espaço, pode-se perceber que a promoção de um estabelecimento se uniu a funcionalidade do mesmo de forma mais intensa, recorrendo não apenas ao design de interiores e a arquitetura da edificação, mas acima de tudo, os cafés buscam se destacar no meio que estão inseridos fazendo uso da arquitetura conciliada ao ciberespaço e a quebra de padrões arquitetônicos das fachadas da rua ou mescla quase total com o meio ao seu redor. Da

mesma forma que anteriormente foi tratada a cibercultura e sua formação de bolhas, aqui também é possível se estabelecer este paralelo, basta se estudar o público alvo do local e, quem celeste deseja atingir para que o frequente. Sendo assim, os estudos de caso podem ser melhor apresentados como forma de estudo destes fenômenos de modificações temporárias mas que se mesclam com uma estética predeterminada e, a maneira que se é moldada a percepção do ambiente, mesmo antes de adentrá-lo, tendo em vista que cada um dos cafés apresentava formas, iluminação, sistema de ventilação e disposição de mobiliário de maneira bem distinta.

Para fins comparativos dentro do quesito acadêmico, duas cafeterias que muito se divergem em seu público alvo, principalmente, são, o Sebinho, localizado na 406, Asa Norte, e o Moca, na 206, Asa Sul, enquanto um é voltado para o público literário, o outro apresenta mais pessoas que vão de fato para trabalhar, respectivamente, além de o sebinho contar com uma atmosfera mais descontraída e relacionada ao lazer, enquanto o moca acabou se tornando um espaço mais formal e funcional, contando com uma área exclusiva para trabalho individual, com tomadas e iluminação menos intimista. Cada um dos citados segue uma linha estéticas e funcionais diferentes, contudo, ambos são excelentes exemplos de espaços instagramáveis, o que os torna ainda mais frequentados, principalmente por poderem se adequar ao que é conhecido nas redes sociais como uma foto “aesthetic”.

Ao termos em mente o conceito de um ambiente que tem como uma de suas funções atrair determinado público por meio de uma “forma de viver”, podemos adentrar a maneira que o capitalismo usufrui das tendências da internet para vender um produto com base na propagação de uma experiência ditada pelo padrão determinado pelas expectativas geradas por redes sociais. Assim como no livro “Sociedade do espetáculo”, os ambientes e certas experiências são encenados para centralizar a ideia de individualidade, propagando uma sensação de desapego ao coletivo e se apegando à priorização da própria vivência sob a dos outros ao seu redor. Desta forma, ao se analisar o ambiente dos cafés, é notável que ao se adentrar o espaço, são vistas diversas mesas individuais ou para pequenos grupos, envolvendo a estereotipização da experiência que pode ser vivida nestes ambientes.

Ainda se tratando do livro de Guy Debord, pode-se constatar, a forma na qual o indivíduo é levado a crer que precisava daquela vivência para se sentir completo e verdadeiramente incluso em sua bolha social. Contudo, quando se tem uma grande quebra de expectativa, são levadas frustrações que provavelmente irão ser publicadas online e podem vir a denegrir a imagem do local. Com isso, é notável a maneira que os estabelecimentos se dedicam a manter a boa aparência e a encenação do ambiente para se criar uma bolha em que esteja centrado e seja assim capaz de atuar na percepção de necessidade das pessoas.

Ao estabelecer um paralelo entre “Sociedade do Espetáculo” e “Cibercultura”, pode-se perceber que ambas as obras trazem o tópico da influência de um meio alienador sob o entendimento de realidade e como isso afeta as interações sociais e com o meio no cotidiano contemporâneo. Sob esta perspectiva, é possível interpretar que em meio da comercialização de tendências oriundas do ciberespaço, é gerada uma dependência de se sentir incluso na moda que cada vez se torna mais passageira.

Conforme o incentivo à provar novas partes do cardápio é mensurado dentro da bolha, ou mesmo a necessidade de tirar uma foto em outro ambiente do local cresce, ou ainda a promoção de um ambiente tranquilo para se trabalhar se torna um elemento de destaque do café, são exercidas maneiras de captar a atenção do público para o uso do espaço e assim, modelando sua percepção de necessidade de maneira passiva. Com o intuito de ilustrar este acontecimento, pode ser feito o uso do livro de José J. Veiga, “Hora dos Ruminantes”, publicado em 1966. Na obra, é descrita a chegada inicial de um homem a um vilarejo, ele não fala com ninguém, mas é capaz de instigar a curiosidade da população que ali reside, até que ele sai e volta com um grupo de pessoas que cobrem a visão de uma área e não se sabe o que eles fazem lá durante a narrativa, mas, a mobilização de toda a comunidade é tamanha, que a cidadezinha de Manaraiema sofre, altera sua rotina e a faz passar por uma invasão de cães e uma de bois. O com intensidades distintas, a influência que um meio pode gerar em todo um sistema, seja ele uma cidadezinha fictícia ou uma bolha social, gera impacto na percepção de espaço das pessoas ali inseridas, provocando uma necessidade de se adaptar ao que se torna padrão.

Tanto a obra de Veiga quanto a de Debord, podem demonstrar o poder que a influência têm sobre a percepção de necessidade de um indivíduo, o que é visto neste estudo como a adaptação e modificação dos meios urbanos e do espaço dos cafés no plano piloto, já que atualmente existe essa carência por estar “cronicamente online”. Fazendo com que assim, exista de ambientes com conectividade wifi se tornassem “básicos”, além de serem medidos por redes sociais na métrica do atual senso estético em relação ao fator “este lugar me faria ter fotos bonitas e me geraria engajamento?”. Estes fatores se tornaram formas de se estipular a usabilidade de um café e pode ser visto especialmente nas cafeterias do plano piloto, as quais de forma voluntária ou não, são relacionadas cada uma a uma estética que é ou já foi viral.

Estudo de Casos

No contexto apresentado, foram selecionados 6 cafés considerando como critérios: público alvo, presença nas redes sociais, estética e conectividade. As visitas técnicas foram guiadas por um roteiro desenvolvido posteriormente à etapa de fundamentação teórica. A partir do roteiro foram observados os seguintes pontos: Localização, entorno, descrição geral do espaço, conectividade, mobiliário, presença de espaços instagramáveis, iluminação, espaços de confraternização e descontração e programação visual.

Considerando o aspecto localização e entorno foram escolhidos quatro cafés na Asa Sul, e dois cafés na Asa norte. Observou-se que em relação a conexão com o meio urbano os cafés Nitrogênio e Sebinho se destacam pois ambos apresentam forte conexão com a rua na qual estão localizados, além de proporcionarem um ambiente favorável ao encontro e ao trabalho, especialmente por suas localizações, próximas à centros de ensino e, seu fácil acesso. Por outro lado o Ernesto Café é o que apresenta maior conexão com o espaço externo, tendo inclusive a maior parte das mesas no espaço externo, que apresenta atmosfera aconchegante, propícia para o encontro, propiciando ao usuário espaço fotográfico que se constrói através do aproveitamento da paisagem urbana.

As cafeterias visitadas foram:

1- Mooca

Localização: SHCS Quadra 206 BL A Loja 36 - Asa Sul, Brasília - DF

Instagram: @mocabrasilia

2-Sebinho

Localização: BL C - Comércio Local Norte 406, Loja 44 - Asa Norte, Brasília - DF

Instagram: @livrariasebinho

3-Casa Almeria

Localização: Asa Sul CLS 104 Bloco D Loja 01 - Asa Sul, Brasília - DF

Instagram: @casa_almeria

4-Los Baristas

Localização: Asa Norte CLN 404 BL C Loja 38/34 - Asa Norte, Brasília - DF

Instagram:@losbaristas

5-Nitrogênio

Localização: St. de Habitações Coletivas e Geminadas Norte SCRN 704/705 BL B Loja 06 - Asa Norte, Brasília - DF

Instagram: @nitrogeniocafe

6-Ernesto

Localização: Asa Sul CLS 115 BL C - Asa Sul, Brasília - DF

Instagram: @ernestocafesespeciais

A conexão urbana foi observada sobretudo na cafeteria Nitrogênio, que conta com uma parada de metrô em seu entorno imediato e se localiza próxima ao CEUB da Asa Norte, além de se mesclar com a estética dos estabelecimentos ao seu redor, se destacando mais por detalhes decorativos nas janelas do que por seu plano de formas ou paleta de cores. Ademais, o acesso ao café é simples por se encontrar no térreo e

em uma quina do bloco no qual se localiza, tendo a porta de entrada direcionada a via W3 Norte.

Sob a perspectiva da conectividade observou-se que todos os cafés contavam com conexão com internet, sendo os cafés Nitrogênio, Moca, Sebinho e Ernesto destacados neste quesito, pois todos fazem uso das redes sociais para terem um contato mais direto com seus respectivos públicos alvo, contudo, vale ressaltar que o Sebinho também utiliza suas redes para a divulgação de eventos culturais que se situa tanto na livraria quanto no café, já no contexto de acesso a internet, o Nitrogênio e o Moca, se destacam por terem boa internet e apresentarem áreas direcionadas ao trabalho. Considerando ainda este aspecto, cumpre destacar a existência de tomadas disponíveis aos usuários, com destaque no café Nitrogênio.

Levando em conta o item mobiliário, pode-se observar que a escolha deste está vinculada a atividade a que o espaço se propõe, o número de usuários que deve comportar, e à atmosfera pretendida pelo lugar. Deste modo, cumpre informar que uma das características de todos os cafés visitados é a variabilidade de mobiliário, alternando entre: mesas de 2, 4 e 6 lugares, assentos de frente para o balcão, confortáveis sofás para uma experiência mais aconchegante. A cafeteria Nitrogênio é a que apresenta melhor escolha e disposição de mobiliário para o trabalho, pois o foco de sua funcionalidade é ser um espaço que pode ser utilizado como um coworking e como cafeteria, além de dispor de diferentes opções de mesas com tomadas próximas, além de contar com uma sala para reuniões privadas que pode ser reservada e comporta até 8 pessoas. Já a cafeteria Moca ganha destaque no quesito conforto e aconchego, pois conta com a maior variedade de mobiliário, proporcionando espaços para trabalho e encontros de lazer, fazendo um bom uso da iluminação e mobília para distinguir as funcionalidades de cada área, além de ser o mais acessível à pessoas que tenham dificuldades de mobilidade. Por outro lado se considerarmos a atmosfera do lugar como ponto importante para que o usuário poste sua experiência na rede, a cafeteria Casa Almeria se sobressai, à medida que apresenta mobiliário moderno e alinhado à sua estética, a qual mescla o moderno com elementos tradicionais portugueses, gerando um ambiente cenográfico extremamente instagramável.

O Sebinho, por sua vez, conta com mobiliário, se levarmos em conta mesas e cadeiras, pouco diversificado, escuro e mais tradicional, mas as estantes, repletas de livros coloridos e objetos inusitados dão a este café uma sensação de aconchego e informalidade. Por outro lado, o Los Baristas conta com assentos mais diversificados, feitos de madeira na cor natural ou pintada, conferindo ao café alguns pontos de cor. Neste projeto, é importante apontar o destaque dado ao balcão, em concreto e madeira e com cadeiras altas para que o usuário possa ser atendido enquanto vê o preparo de sua refeição, como nos antigos e baratos cafés de rua, muito tradicionais no século XX.

Quanto aos espaços instagramáveis entende-se que sejam locais que guardem características como: visual atraente, iluminação específica (cenográfica), que possuam, painéis temáticos, murais ou instalações, sendo em suma espaços fotogênicos. Assim sendo o Ernesto Café um exemplo que se destaca como instagramável, pois faz um excelente uso de sua integração com a área externa para trazer a tona um ambiente cenográfico como um todo, beneficiando fotos e visuais, além de utilizar uma iluminação mais aconchegante, gerando uma atmosfera mais intimista, tirando a sensação de estabelecimento comercial do espaço. Neste quesito, também ganha destaque o Mooca Café, que apresenta superfícies verticais interessantes, como um painel de madeira na área externa, que ao mesmo tempo que delimita o espaço dos usuários, serve de fundo para eventuais fotografias do local, emoldurando de forma elegante a paisagem. Há neste café, também uma parede mural, interessante como plano vertical, ela compõe a estética descontraída do estabelecimento, ao mesmo tempo que serve de cenário para postagens. Há no Mooca, também uma preocupação de criar uma atmosfera natural e aconchegante e para isso o projeto fez uso de materiais naturais como a madeira e a pedra, a escolha de um tom de verde fechado, próximo ao verde folha, e fez uso de arbustos plantados em vasos.

Observou-se, com as visitas que estes espaços fotogênicos podem se apresentar de diversas formas, mas em sua maioria, o destaque é dado ao plano vertical, que na maioria das vezes é fundo para a postagem, por exemplo de uma selfie. Observou-se que estes espaços devem refletir a atmosfera do lugar.

A Casa Almeria, por sua vez, é um espaço instagramável, não por ter a preocupação de oferecer planos verticais, lá outra estratégia foi utilizada. O projeto foi pensado para oferecer ao usuário uma experiência inspirada na província espanhola de Almeria, na região de Andaluzia, esta região de orla, tem paisagem azuis e brancas, iluminadas pelo sol claro da região. Também é importante destacar a escolha dos materiais, como os azulejos, que refletem a influência moura na região. Em observação a isso, o projeto incorpora planos brancos, variando-lhes apenas as texturas, e detalhes em azul, faz também uso de azulejos em planos verticais como o balcão, oferecendo ao usuário a possibilidade de uma evasão, de se estar em um lugar em Almeria, e se sentir compelido a fotografar e postar esta experiência.

Iluminação também foi importante ponto observado durante a visita, e em todos os cafés notou-se que foram utilizadas diferentes estratégias de iluminação a fim de criar ambientes variados, com funções específicas como: trabalho, lazer e encontro, e espaços cenográficos fotogênicos. Com relação a este quesito, a cafeteria Nitrogênio destaca-se como local de trabalho, pois faz uso de uma iluminação mais direta com luzes brancas, proporcionando uma boa visualização da área de trabalho disponível no café, já o café do Sebinho apresenta excelente iluminação para encontro e lazer, pois tem com estratégia a utilização de luzes mais fracas e amareladas, formando um espaço mais aconchegante e intimista, o que condiz com a atmosfera da livraria do estabelecimento, e já a cafeteria Ernesto lança mão de iluminação cenográfica, sendo esta a mais destacada quando se considera a iluminação como um aspecto de fotogenia do projeto.

A iluminação é ponto importante da casa Almeria que conta com amplas aberturas de portas e janelas, por onde a iluminação natural adentra o ambiente e banha as superfícies brancas do local. Foram também, escolhidos para este projeto lustres pendentes de vidro e material natural, que dão ao local uma iluminação interessante e formam um conjunto atraente e fotogênico. Muitas imagens nas redes sociais dão destaque a estes lustres.

Tendo em vista os espaços de confraternização e descontração a cafeteria Ernesto tem destaque pois apresenta como sua principal funcionalidade a interação social, apresentando diversos espaços que comportam diferentes quantidades de

pessoas, além disso, delimita com a distribuição de acentos áreas de maior socialização, para grupos maiores e áreas mais íntimas, com mesas para entre 2 e 4 pessoas, apresentando uma atmosfera ainda mais aconchegante. Ademais, ainda no que tange a socialização de pequenos grupos ou reuniões de trabalho, o café Los Baristas se destaca não apenas por sua boa conectividade e áreas propícias ao trabalho e ao lazer, mas também por sua estética contemporânea com elementos industriais, com murais pintados nas paredes externas e programação visual alinhada com a arquitetura.

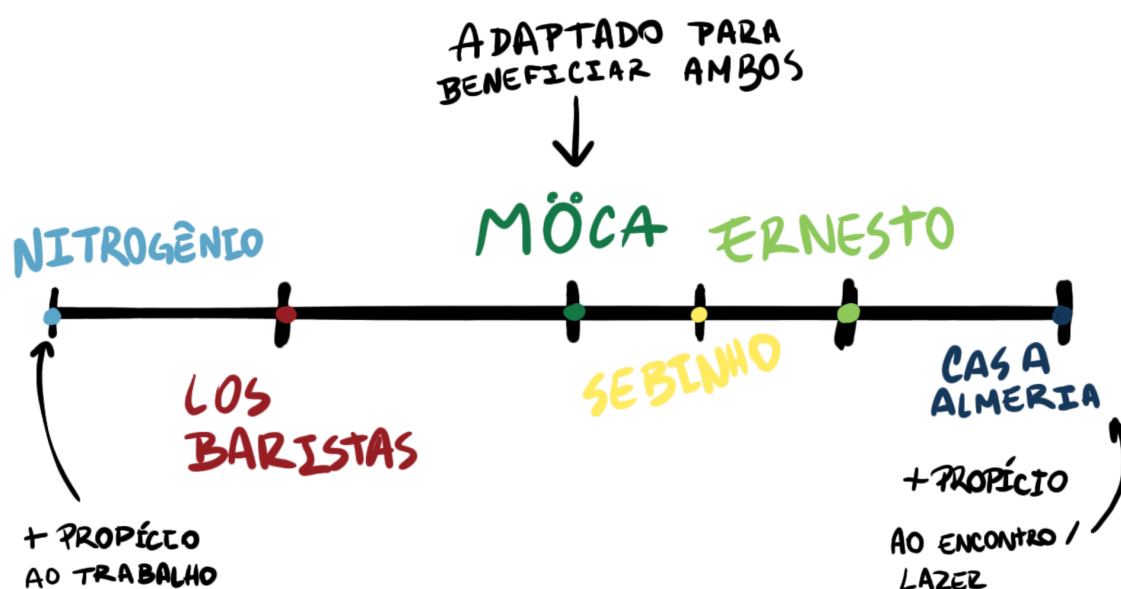
Por fim, foi observada a programação visual das cafeterias visitadas e percebeu-se que todas dão importância a este aspecto, que cumpre a função de informar e de também dar identidade ao local. Todas as cafeterias têm programação visual descontraída e interessante sendo este, muitas vezes um item a ser postado nas redes sociais, sob este ângulo a cafeteria Moca ganha ênfase pois apresenta uma forte identidade visual, fazendo muito uso de uma determinada paleta de cores que orna os elementos gráficos do cardápio com os físicos do design do ambiente até mesmo a fachada.

Consoante ao que tange a funcionalidade do espaço, pode-se determinar como extremos do espectro em análise os cafés Nitrogênio e Casa Almeria, sendo estes respectivamente um cibercafé, com foco na produtividade e trabalho, e um café bistrô, com destaque para a socialização e venda de uma experiência. Sob esta ótica, é plausível se estabelecer um viés comparativo, especialmente ao se relacionar a distribuição de tomadas, enquanto quase todas as mesas no Nitrogênio contam com um par de tomadas, a Casa Almeria não disponibiliza tomadas aos clientes, tornando o ambiente não favorável a permanência para trabalho. Por outro lado, a Casa Almeria conta com uma maior quantidade de espaços cenográficos e instagramáveis, enquanto o Nitrogênio enfatiza uma estética mais “clean”, possuindo poucos pontos com acúmulo de elementos visuais.

Levando em consideração a adaptação da versatilidade dentre os usos que podem ser atribuídos atualmente à uma cafeteria, é viável constatar o paralelo entre

estes extremos. Enquanto o Nitrogênio é voltado especificamente para o novo propósito atribuído à um café: o trabalho, a Casa Almeria se assemelha mais ao antigo propósito de uma cafeteria: o encontro, o que corrobora com a parte tradicional portuguesa de sua estética.

Figura 1 - diagrama de usos do café



Fonte: anotações do autor

Para melhor ilustrar este gradiente existente entre as funcionalidades, foi feito um pequeno diagrama, o qual situa cada um dos cafés visitados em um ponto desta tônica. Ao se tratar de preparo para servir à ambas as funcionalidades destacadas, têm-se em evidência o Moca, pois sua divisão de espaços por meio da iluminação e disponibilidade de tomadas, fazendo uso de um mobiliário diverso para proporcionar diversas interações com o ambiente, são elementos que propiciam a formação de um

estabelecimento multifuncional. Seguindo este raciocínio, contudo com menos diversidade de mobiliário, e com uma ligação direta com a temática literária, pode-se também destacar o Sebinho, o qual abriga atividades culturais que trazem uma maior movimentação do público alvo do estabelecimento, além de ser um ambiente convidativo para se realizar encontros sociais e pode ser considerado um espaço tranquilo para se trabalhar.

Contando com espaços cenográficos, mas divergindo no que se refere ao fluxo de pessoas motivadas a trabalhar e socializar, encontram-se respectivamente o Los Baristas e o Ernesto. Da mesma forma que o Ernesto se mostra como um local adequado ao encontro, ele também se faz bem versátil, já que também dispõe de ambientes voltados ao trabalho, contudo, seu público alvo se relaciona com o espaço do café, de maneira mais social e instagramável. Por outro lado, o público alvo do Los Baristas, busca um ambiente mais calmo e tranquilo para descontrair o ambiente de trabalho, com isso, é possível perceber uma relação direta entre a forma na qual se dispõe e organiza o ambiente e a interação dos usuários com o mesmo.

Figura 2 - prancha ilustrativa

NITROGENIO CAFÉ



→ BOM ESPAÇO PARA TRABALHAR

→ ILUMINAÇÃO DIRETA, MAS CONFORTÁVEL AOS OLHOS

→ POSSUI SALA PARA REUNIÕES PRIVADAS

→ BOA DISTRIBUIÇÃO DE TOMADAS



→ MOBILIÁRIO ERGONÔMICO E PROPÍCIO À PERMANÊNCIA

→ AMBIENTE FRESCO

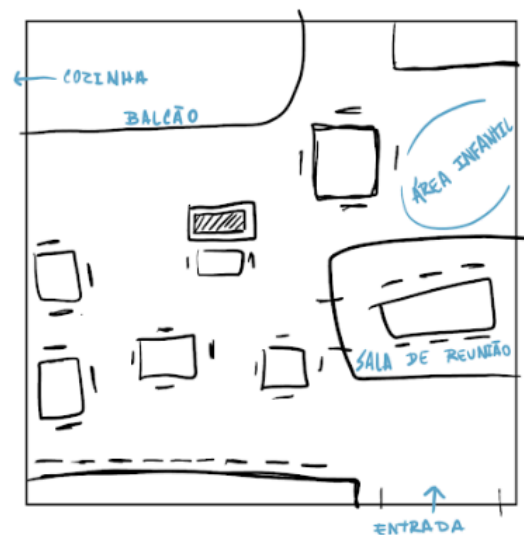


Figura 3 - prancha ilustrativa



OS BARISTAS

- ILUMINAÇÃO ACONCHEGANTE
- BOA DISTRIBUIÇÃO DE TOMADAS
- BOA CONECTIVIDADE WI-FI

→ NÃO POSSUI ESPAÇOS PRIVADOS PARA REUNIÃO

→ ESTÉTICA INDUSTRIAL

→ POSSUI PONTOS DE ILUMINAÇÃO MAS DIRETA PARA TRABALHO



⇒ = ACESSO À ÁREA INTERNA

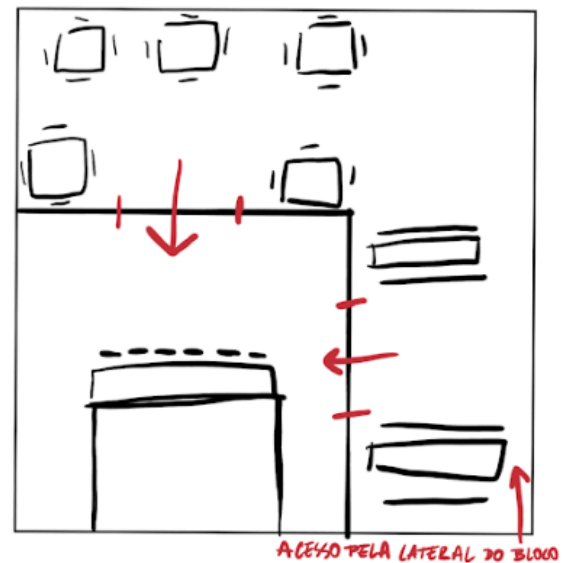
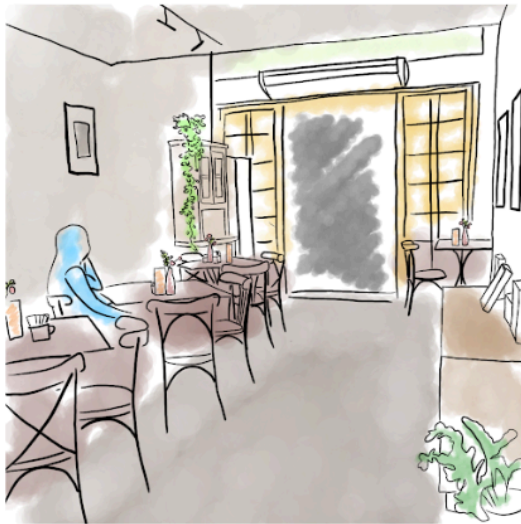


Figura 4 - prancha ilustrativa

ERNESTO

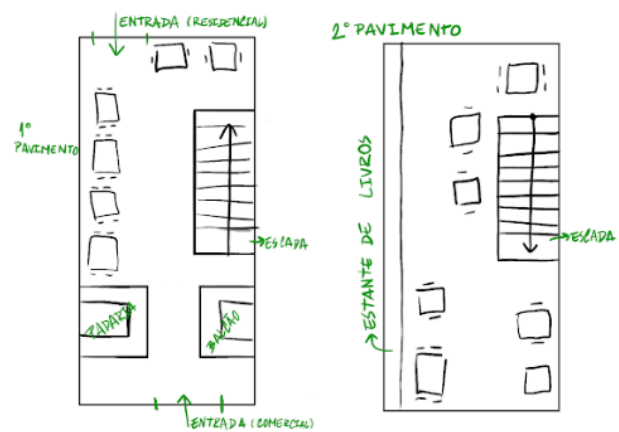
→ AMBIENTE BEM ARBORIZADO

→ ESPAÇOS INSTAGRAMAVEIS



→ ESPAÇO PROPÍCIO À SOCIALIZAÇÃO

→ INTERAÇÃO ATIVA COM O AMBIENTE (ESPECIALMENTE NO 2º PAVIMENTO)



Fonte: desenhos e anotações do autor

Figura 5 - prancha ilustrativa

MOÇA

→ FAZ USO DO MOBILIÁRIO
E DA ILUMINAÇÃO PARA
DIVIDIR OS AMBIENTES



→ WI-FI DE FÁCIL ACESSO

→ ESPAÇOS INSTAGRAMÁVEIS
COM FUNCIONALIDADE ATIVA

→ ESTABELECIMENTO
ACESSÍVEL!

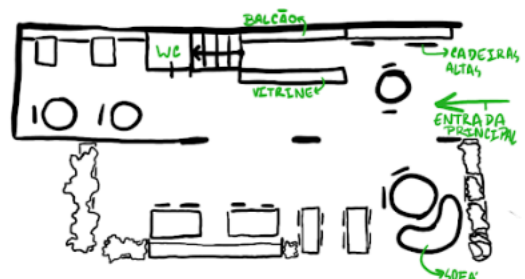
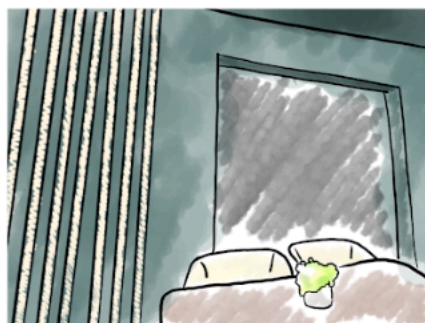


Figura 6 - prancha ilustrativa



Fonte: desenhos e anotações do autor

Figura 7 - prancha ilustrativa

CASA ALMERIA

- LOCAL COM BASTANTE ILUMINAÇÃO NATURAL
- AMBIENTE INSTAGRAMA'VEL



- AMBIENTE COM FOCO NA SOCIALIZAÇÃO

- NÃO DISPÕE DE TOMADAS PARA OS CLIENTES



5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio de visitas técnicas realizadas a algumas não seja vago, apontar quais cafeterias do Plano Piloto, foi realizado uma análise comparativa que visou estabelecer um paralelo entre a influência da internet sob o espaço e suas funcionalidades. Sob esta ótica, os principais tópicos analisados, foram o acesso a internet dentro do espaço, se o ambiente é propício para trabalho ou reuniões, disponibilidade de tomadas, escolha da estética utilizada e conforto para permanência.

Neste contexto, pode-se estabelecer como extremos da comparação o Nitrogênio Café, e a Casa Almeria, por serem respectivamente um cibercafé e um café bistrô. Enquanto o Nitrogênio é um espaço voltado ao trabalho individual e reuniões, possuindo até mesmo uma sala de reunião que pode ser reservada, e contando com diversas tomadas espalhadas em pontos estratégicos da edificação, a Casa Almeria não dispõem de tomadas para os clientes e sua funcionalidade é voltada para a permanência de grupos pequenos, da mesma forma que antigamente se tinha esta como principal função das cafeterias.

Aprofundando-se mais um pouco na dinâmica do Nitrogênio Café, sua estética contemporânea o faz se mesclar muito bem com os seus arredores, tendo em vista que ele se encontra em uma área comercial. Ademais, a paleta de cores mais neutras com o ciao como contraste tornam o espaço muito instagramável, especialmente por fazer uso de texturas nas paredes e pontos de iluminação em diferentes alturas.

Em contrapartida, a Casa Almeria se estabelece como um espaço destoante de seu entorno, possuindo uma fachada modernista, contrastando com seu interior que mescla esta estética com a tradicional portuguesa por meio de elementos como azulejos e os adornos das portas. O café conta com uma área externa que é protegida do sol por guarda-sóis, e assim como a área interna, não conta com pontos de

tomadas. Por meio da disposição das mesas e da circulação, o balcão expositor se torna um ponto focal que chama atenção para os pães e doces.

Para mais, fazendo uma mediação entre o que se pode perceber dos dois cafés citados anteriormente, a cafeteria Mocca cumpre com as duas funções, às tendo balanceadas como principais usos do espaço. O Moca é um ambiente que ao mesmo tempo possui iluminação indireta e aconchegante, dispõe de espaços que beneficiam tanto a interação social e descontração, quanto o trabalho, com tomadas e iluminação mais direta, e em ambos conta com mobiliário ergonômico e wi-fi disponível, os quais geram uma boa estadia para o cliente.

Assim como o Moca, mas com maior direcionamento ao lazer, encontra-se o Sebinho, que proporciona uma experiência ímpar para aqueles que gostam de literatura. Contando com a parte do sebo, uma loja de artigos voltados para o público geek e um café bistrô, a gama de atividades que ocorrem no estabelecimento se torna bem grande. Com o auxílio das redes sociais para a divulgação, ocorrem lançamentos de livros e outras formas de interação ativas no espaço, trazendo uma maior movimentação para o estabelecimento.

Além destes exemplos, também foi estudado a cafeteria Los Baristas, a qual disponibiliza tomadas para os clientes e conta com um ambiente bem arejado, tendo suas mesas majoritariamente na área externa do estabelecimento. O Café se destaca em seu meio por apresentar uma estética mais industrial, além de contar com painéis em suas paredes externas, tornando o espaço em instagramável.

Com isso, é possível estabelecer algumas semelhanças entre as cafeterias, mesmo que elas sejam bem diferentes entre si. A principal característica que se repete, é justamente o objeto de estudo desta pesquisa, os espaços instagramáveis, podendo notar diversas formas de se manifestar como um ambiente voltado à estética. Além disso, a relação entre os elementos gráficos que compõem a programação visual e a linha estética escolhida para a arquitetura do estabelecimento pode ser entendida como parte da formação da experiência proporcionada pelo café e é um elemento focal ao se comparar os estudos de caso.

Ainda neste tópico, é importante levar em consideração que a programação visual vai além de um cardápio bonito e louça interessante, mas se trata da identidade visual e da atmosfera que se tem a intenção de formar como um todo, contando com os espaços instagramáveis para imergir o cliente em um ambiente planejado para satisfazer suas expectativas com base na ideia que foi vendida por meio das redes sociais e divulgação boca a boca. Sendo assim, a percepção do espaço como necessário, volta a ser correlata ao que é esteticamente agradável perante ao que é ditado pelas tendências do ciberespaço, sendo perceptível nos estudos de caso juntamente com a programação visual.

Ao se levar em consideração a maneira na qual as pessoas se tornam vulneráveis à alienação com o estar “cronicamente online” (expressão utilizada na internet para se referir àqueles que permanecem uma grande parte do seu dia nas redes sociais), é possível retomar o paralelo estabelecido entre “Sociedade do Espetáculo” e “Cibercultura” com a dinâmica de interação das pessoas com o meio urbano, tomando como base o entendimento da internet como meio formador de opiniões e massificação de tendências em escala global, a percepção de necessidade atrelada ao consumo de um estabelecimento. Sob esta perspectiva, a probabilidade de se ter um alto movimento nas cafeterias, assim como as que foram analisadas, é baseada na comercialização de um conceito estético traduzido em uma experiência classificada como ímpar pelo próprio comércio, assim, com a formação da sensação de necessidade oriunda da massificação e exposição de experiências pessoais, urge o anseio por vivenciar o que está sendo descrito na internet.

Em suma, é possível inferir que a percepção de necessidades de uma grande massa populacional na atualidade, é conceituada por meio da influência do ciberespaço, o qual atua fortemente nas tomadas estilísticas da arquitetura contemporânea, desta forma, gerando a comercialização de uma estética como uma experiência. Este fenômeno, aqui estudado na perspectiva das cafeterias, pode ser observado em outros edifícios, o que pode instigar novas pesquisas.

REFERÊNCIAS

BIANCHI, C. **CAFÉ E ECONOMIA BRASILEIRA DA ASCENSÃO À EXTINÇÃO DO CICLO DO CAFÉ**. 2012.

CASTIONI, R. et al. **Universidades federais na pandemia da Covid-19: acesso discente à internet e ensino remoto emergencial. Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação**, 22 fev. 2021.

UNIVERSIDADES federais na pandemia da Covid-19: acesso discente à internet e ensino remoto emergencial. Pew Research, 2021. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/internet/2021/09/01/the-internet-and-the-pandemic/>. Acesso em: 15 ago. 2024.

MCCLAIN, C. et al. **The Internet and the Pandemic**. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/internet/2021/09/01/the-internet-and-the-pandemic/>.

90% dos lares brasileiros já tem acesso à internet no Brasil, aponta pesquisa. Disponível em: <https://www.gov.br/casacivil/pt-br/assuntos/noticias/2022/setembro/90-dos-lares-brasileiros-ja-tem-acesso-a-internet-no-brasil-aponta-pesquisa>.

Orquidário Professora Ruth Cardoso / Decio Tozzi. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/01-22499/orquidario-professora-ruth-cardoso-decio-tozzi>. Acesso em: 15 ago. 2024.

Museu do Meio Ambiente de Stymphalia / Demetrios Issaias - Tassis Papaioannou,
Architects. Disponível em:
<<https://www.archdaily.com.br/br/966035/museu-do-meio-ambiente-de-stymphalia-demetrios-issaias-tassis-papaioannou-architects>>. Acesso em: 15 ago. 2024.

LEVY, P. **Cibercultura**. São Paulo (Sp): Ed. 34, 2010.

DEBORD, G. **A Sociedade do espetáculo** seguido do prefacio a 4. edição italiana :
comentarios sobre a sociedade do espetáculo. [s.l.] Rio De Janeiro Contraponto, 1997.

ZYGMUNT BAUMAN; PLÍNIO DENTZIEN. **Modernidade Líquida**. [s.l.] Rio De Janeiro Jorge
Zahar, 2007.

OMS destaca necessidade urgente de transformar saúde mental e atenção - OPAS/OMS
| Organização Pan-Americana da Saúde. Disponível em:
<<https://www.paho.org/pt/noticias/17-6-2022-oms-destaca-necessidade-urgente-transformar-saude-mental-e-atencao>>.