

Coworking, espaços de inovação e a produção do sujeito neoliberal: análise crítica dos discursos sobre a chamada “Nova Economia”.

Vander Casaqui.

Cita:

Vander Casaqui (2019). *Coworking, espaços de inovação e a produção do sujeito neoliberal: análise crítica dos discursos sobre a chamada “Nova Economia”*. XXXII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Asociación Latinoamericana de Sociología, Lima.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-030/74>

Coworking, espaços de inovação e a produção do sujeito neoliberal: análise crítica dos discursos sobre a chamada “Nova Economia”

Vander Casaqui

Resumo

Coworking é um termo que denomina espaços compartilhados de trabalho, que abrigam projetos de inovação, startups, iniciativas empreendedoras da “Nova Economia”. A Nova Economia é uma noção que abriga tantas outras, como: economia de plataforma, economia colaborativa, indústria criativa, movimento maker – todas elas, à sua maneira, estão baseadas no imaginário social atravessado pelas novas tecnologias e pela subjetividade delas derivada. Compreendemos esse cenário, presente em manuais de gestão, como uma construção discursiva da realidade, que corresponde a uma ideologia: a ideologia da sociedade neoliberal (Dardot; Laval, 2016), em que o empreendedor é projetado como modelo de cultura, como herói de nosso tempo (Boltanski; Chiapello, 2009).

Propomos a análise crítica dos discursos em torno do coworking; temos como objetivo compreender como esses discursos produzem o sujeito neoliberal para esses espaços, ao mesmo tempo em que projetam um cenário econômico de futuro baseado na visão positiva da cultura empreendedora, das novas tecnologias e da criatividade. O que se oculta nesses discursos é o processo de flexibilização e precarização do trabalho, as marcas de classe e distinção da atividade empreendedora, bem como os sintomas da corrosão do caráter, como bem discute Richard Sennett. Temos como objeto os discursos que produzem significados para os espaços de coworking na cidade de São Paulo, Brasil, a partir do levantamento feito pela plataforma Coworking Brasil.

Palavras-chave

Inovação; cultura empreendedora; comunicação; novas tecnologias; imaginários sociais

Introdução

Qual é a natureza do espaço? Qual o seu sentido? Essas questões, amplas e imprecisas, apontam para a problemática de fundo que envolve o coworking. Afinal, esses espaços tem uma destinação social: estão a serviço da cultura empreendedora, das práticas sociais relativas à produção de inovação, da Nova Economia, dos negócios



“disruptivos”. Nossa abordagem dessa cultura tem uma perspectiva crítica, uma vez que consideramos que, por corresponder ao espírito do tempo, a uma hegemonia contemporânea, os sentidos do empreendedorismo são naturalizados, permeiam o horizonte do que é pensável e dizível atualmente. Isso quer dizer: empreender é uma atividade que ultrapassa a atividade de negócios, pois corresponde à formação das mentalidades, numa abordagem foucaultiana.

A vida deve ser encarada como um empreendimento: essa é uma das máximas que sintetizam esse momento histórico, em que as lógicas corporativas, a cultura organizacional passa a reger os modos de ser, de pensar, de imaginar. Conceitos como “capital humano”, “inteligência emocional”, entre outros, são a expressão do estilo de vida em questão, o produto mais significativo da fábrica do sujeito neoliberal (Dardot; Laval, 2016).

No espectro do empreendedorismo como imaginário social (Taylor, 2010), e sua conexão com o sentido do trabalho na contemporaneidade, figuras célebres como Bill Gates (Microsoft), Steve Jobs (Apple), Mark Zuckerberg (Facebook), Elon Musk (Tesla), Jeff Bezos (Amazon), Larry Page (Google), entre outros, tornaram-se figuras exemplares, modelos a serem seguidos em suas trajetórias de vida. Suas narrativas de vida, presentes na cena midiática, servem de inspiração a inúmeros jovens que sonham em ser empreendedores, gerar seu “autoemprego”, gerir com eficácia seu próprio “capital humano” e viver o ideal empresarial de si. Esses expoentes são a personificação da chamada “Nova Economia” - a ideologia econômica que tem como epicentro o Vale do Silício, situado no Estado da Califórnia, Estados Unidos - e servem de parâmetro de comportamento, de atitude, de mentalidade para a vida como um todo, sob a égide do capital empreendedor.

Esse é o cenário em que os espaços compartilhados de trabalho, atualmente denominados coworking, ganham significados que estão para além de sua funcionalidade, tornando-se alegoria de uma cultura fundada nas lógicas e racionalidades do sistema capitalista de nosso tempo. Neste trabalho, desenvolvemos a análise crítica dos discursos sobre os espaços de coworking. O recorte estabelecido para este estudo é definido a partir de uma organização que mapeia e dá visibilidade para o coworking brasileiro: a plataforma digital Coworking Brasil



(<https://coworkingbrasil.org/>), responsável pela produção de censos anuais, de levantamento de dados e produção de relatórios sobre a atividade no país.

Definimos como delimitação do objeto, a partir da plataforma, os discursos de autoapresentação dos espaços de coworking situados na cidade de São Paulo, a capital da maior unidade federativa brasileira e de maior atividade econômica, e uma das maiores cidades do mundo. Esses discursos de autoapresentação atribuem significados não somente para os espaços e suas especificidades, mas também para o que é a atividade laboral nesse lugar identificado com o imaginário do trabalho colaborativo, com uma ideia de comunidade, com as práticas inovadoras e “disruptivas”, além de remeter, implícita ou explicitamente, ao ideário do trabalho de acordo com as retóricas do capitalismo contemporâneo.

No site do Coworking Brasil, encontramos algumas pistas da caracterização do cenário em que o coworking transcende a funcionalidade espacial, para significar práticas sociais e transformações do mundo do trabalho:

O que é Coworking?

A revolução que está alterando para sempre a forma que pequenas empresas, profissionais freelancers e autônomos se relacionam entre si, com seus fornecedores e clientes.

Coworking é uma nova forma de pensar o ambiente de trabalho. Seguindo as tendências do freelancing e das start-ups, os coworkings reúnem diariamente milhares de pessoas a fim de trabalhar em um ambiente inspirador.

Essa união de pessoas permite que mais e mais escritórios se espalhem pelo país. No Brasil, contam-se mais de 100 espaços. No mundo todo, estima-se que já existam mais de 4.000 espaços em funcionamento.¹

No trecho acima, identificamos alguns elementos que apontam para nossa abordagem social e crítica do coworking. O primeiro é um sentido “revolucionário”, de algo que rompe definitivamente com o que existia anteriormente, sem considerar que, como fenômeno social, possui uma gênese e é decorrente de processos históricos. Esse discurso se alinha aos significados da inovação, como forma de incorporação do ideário revolucionário e sua adequação aos modos de produção capitalista: o que é considerado inovador nesse contexto reforça, e não se contrapõe ao sistema. Inovar é alimentar a lógica de renovação contínua do capitalismo, que muda para “permanecer



o mesmo”. O segundo aspecto é o imaginário cooperativo, da “união de pessoas”, que sugere um movimento comunitário, uma compatibilidade de interesses e propósitos em torno de um bem comum – sem considerar a lógica da competitividade individual, das ambições de lucro e da destruição criativa que movimentam o sistema. Por último, e não menos importante, destacamos o discurso que aponta para as transformações do mundo do trabalho, em que os espaços devem ser “inspiradores”. Mais adiante problematizamos a questão da inspiração, que em nossa pesquisa se configura como uma cultura interdependente da cultura empreendedora.

Imaginário social, cultura empreendedora e inspiração

Charles Taylor (2010: 31) apresenta o conceito de imaginário social, que dá sustentação a esse trabalho. Nas palavras do autor,

Adopto o termo imaginário (1) porque a minha focagem incide no modo habitual como as pessoas “imaginam” o seu ambiente social, e isto não se expressa, muitas vezes, em termos teóricos, mas apoia-se em imagens, narrativas e lendas. Acontece também que (2) a teoria é, com frequência, a posse de uma pequena minoria, ao passo que aquilo que é interessante no imaginário social é a sua partilha por largos grupos de pessoas, se não por toda a sociedade. O que leva a uma terceira diferença: (3) o imaginário social é a compreensão comum que possibilita práticas comuns e um sentido de legitimidade amplamente partilhado.

Taylor indica que o imaginário social se expressa em imagens, em discursos, em materialidades linguísticas que se articulam a processos comunicacionais. Em relação aos espaços de coworking, entendemos que a produção desse espaço tem correspondência, em termos arquitetônicos, com o imaginário da cultura empreendedora: os espaços que favorecem a inovação traduzem, em termos visuais, o que se imagina atualmente em termos de processo criativo, de inspiração para se conceber novos negócios, novas mercadorias, no cenário da chamada Nova Economia. A cultura do Vale do Silício alimenta esse imaginário, uma vez que suas narrativas míticas alimentam a ideia de um capitalismo “de garagem”, em que qualquer indivíduo pode conceber um projeto e “revolucionar” o mercado. Ainda de acordo com Taylor (2010: 31), o imaginário social, seja qual for a época, é bastante complexo, pois incorpora



“[...] o tipo de compreensão comum que nos possibilita levar a cabo práticas colectivas que constituem a nossa vida social. Isto inclui algum sentido do modo como todos nós ajustamos a exercitar a prática comum”.

O coworking, em nossa leitura, associa-se à intersecção entre formas de compreensão comum e práticas coletivas. O imaginário social do empreendedorismo dá sustentação a um ideário de trabalho coletivo, de conjunção de interesses em torno de práticas conjuntas. Em última instância, o cenário em que essas interações sociais acontecem, respaldadas pela compreensão do sentido das atividades, imaginadas como cooperações entre mentes, é uma dimensão ampliada da economia, que é discutida em perspectiva histórica por Taylor (2010: 80):

[...] a economia define agora o modo como estamos ligados uns aos outros, uma esfera de coexistência que, em princípio, se poderia bastar a si mesma, se a desordem e o conflito não fossem uma ameaça. Conceber a economia como um sistema é um feito da teoria do século XVIII, dos fisiocratas e de Adam Smith, mas ver a colaboração e a troca econômicas como o propósito e a prioridade da sociedade é uma tendência de nosso imaginário social, que, iniciada neste período, prossegue até hoje.

As noções de “colaboração” e as trocas econômicas associadas a um sentido de propósito estão presentes de forma recorrente nos discursos sobre o trabalho nos espaços de coworking. Essas noções desdobram seu alcance e adquirem legitimidade e relevância quando situadas a uma hegemonia econômica: o capitalismo empreendedor (Costa; Barros; Martins, 2012: 364), baseado na “intrínseca, naturalizada e inevitável relação entre empreendedorismo, capitalismo e desenvolvimento socioeconômico”. Essa relação, naturalizada por corresponder aos códigos hegemônicos de nossa época, emerge dos discursos da literatura da mídia de negócios analisados pelos autores. As revistas de negócios, em certo grau evidenciam o imaginário social relativo às comunidades, às coletividades situadas no contexto econômico, como discutimos anteriormente.

Na contemporaneidade, há uma abordagem mítica sobre o trabalho cooperativo, uma leitura positiva de uma sociedade empreendedora (Dardot; Laval, 2016) que teria o compromisso comum de transformar o mundo, de fazer “evoluir” a humanidade, tendo como ponto de partida as lógicas do sistema capitalista e seus preceitos econômicos. Nesse ponto, é importante tensionar, de forma crítica, esse ideário positivo; de acordo



com Boltanski e Chiapello (2009), o espírito do capitalismo se constitui como hegemonia de determinada época. O espírito corresponde às lógicas de justificação que dão sentido e favorecem o engajamento dos indivíduos no capitalismo. As lógicas de justificação são a retórica que mobiliza os trabalhadores a incorporar o ideário dessa época e projetar seus sonhos, suas trajetórias de trabalho e de vida para alcançar uma realização que transcende os ganhos materiais. Trata-se de uma missão de vida, um engajamento de corpo e alma pressuposto por esse processo discutido por Boltanski e Chiapello.

No cenário do novo espírito do capitalismo, o protagonismo, a face mais exuberante e sedutora do sistema é o empreendedorismo em suas multífaces. A transformação histórica de um momento anterior para o atual é evidente: em décadas passadas prevalecia a ideia de carreira, o trabalho corporativo, a perspectiva de continuidade e de longevidade que seduziam uma geração. Atualmente, no contexto de desmonte das garantias e dos vínculos trabalhistas sob a égide do capitalismo flexível (Sennett, 2007), deparamo-nos com a contrapartida retórica de posituação desse desmonte: se não há longo prazo, como aponta Sennett, há um imaginário social que afirma ser desejável, heroico, admirável o trabalho relacionado com a flexibilidade, com a resiliência, com a abertura aos riscos e à inovação contínua. Ser empreendedor e chefe de si é um imaginário que alimenta as mentalidades e ações de uma nova geração que sonha em atuar, ter sucesso e ser feliz em meio à cultura empreendedora.

Em trabalhos anteriores, tratamos da cultura empreendedora como imaginário e prática sociais, que se publicizam pelas mídias digitais. Identificamos, nesse contexto, uma peculiaridade, um recorte da cultura empreendedora: uma espécie de subcultura, que denominamos cultura da inspiração (Casaqui, 2017). Em síntese, apresentamos a gênese da noção de inspiração, relativa às religiões (a inspiração divina) e também à arte (a inspiração das Musas, o impulso clássico para a produção dos artistas de tempos ancestrais). Uma segunda vertente da inspiração se identifica com a era moderna - em que o advento do modo de produção capitalista, relacionado com a emergência de disciplinas científicas como a psicologia, concebe uma noção de inspiração que corresponde à mentalidade de sua época. Dessa forma, o pensamento outrora inspirado por forças extraterrenas, de deuses e seres mitológicos, dá lugar a uma visão instrumental, maquínica do pensamento humano e da formulação das ideias. A inspiração, nessa segunda vertente, é parte do processo criativo – dividido em etapas,



como uma linha de produção imaginária, esse processo é uma forma de racionalização do funcionamento da mente humana. A criatividade, nesse caso, já está a serviço das lógicas e da atribuição de valor do capital.

Uma terceira vertente desse processo está associada à inspiração estimulada por fatores ambientais. Os espaços de coworking estão entre os exemplos mais evidentes desse sentido da inspiração: a arquitetura, o design, as práticas compartilhadas (como as dinâmicas de design thinking, brainstorming, entre outros fatores estimulantes que se associam com a estética desses espaços), os discursos que apresentam e narrativizam esses lugares, tudo parece estar em sintonia com o imaginário social em torno da mentalidade inovadora, para favorecer o modo de produção capitalista que corresponde à Nova Economia, que engloba as startups, as incubadoras, os modelos de negócios, a economia de plataforma, entre outros elementos que caracterizam uma rede semântica, uma novilíngua do capitalismo contemporâneo, o capitalismo empreendedor.

Discursos dos espaços de coworking de São Paulo, Brasil: análise crítica

Segaud (2016: 104), em seu estudo sobre a antropologia do espaço e os modos de habitar, defende que “[...] as palavras formam muitos pontos de referência para situar espacial e socialmente os ocupantes”. O autor atenta para o uso do léxico e as conotações que produzem representações do espaço; sua abordagem tem confluência com a perspectiva teórico-metodológica da análise de discurso aplicada a este estudo. Já Milton Santos, em seu clássico *A natureza do espaço* discute a noção de “espaço racional”. De acordo com Santos (1999: 239-240), “os espaços da racionalidade funcionam como um mecanismo regulado, onde cada peça convoca as demais a se por em movimento, a partir de um comando centralizado”, como uma natureza artificializada. Procuramos compreender o conceito de espaço racional aplicada ao coworking, uma vez que as interações sociais, situadas nesses espaços, tem uma função racionalizante: produzir inovação.

O ser social é, por essência, situado em comunidades, em agrupamentos, em formas históricas de cooperação, de viver o “comum”. Nos espaços de coworking, o trabalho cooperativo é uma construção que pressupõe a regulação e a convocação para se colocar em movimento, como discute Milton Santos. No mesmo sentido, o “comando centralizado” é o eixo organizador das relações: o modo de produção capitalista, a



interpelação para se tornar produtivas e “inspiradoras” de inovação as relações entre membros dessa comunidade, na mesma direção que Boltanski e Chiapello (2009) descrevem o mundo connexionista, no âmbito do novo espírito do capitalismo.

No levantamento feito pelo Senso Coworking Brasil 2018², foram identificados 1.194 espaços de coworking no país. Os dados apresentam uma tendência crescente, que “explode” a partir de 2017. Desse número total de 2018, a grande maioria se localiza no Estado de São Paulo (465), sendo que quase 60% dos espaços do Estado estão especificamente na cidade de São Paulo (273). Nosso processo de análise se inicia com a observação e identificação do objeto, os resultados da busca dos espaços de coworking em São Paulo (<https://coworkingbrasil.org/sp/sao-paulo/?search>), realizada no mês de novembro de 2019. O site aponta um total de 194 espaços conhecidos pelo censo, distribuídos por 74 bairros diferentes da cidade – as maiores ocorrências, nitidamente, demonstram a concentração desses espaços nos bairros mais nobres, naqueles mais centrais e/ou com facilidade de acesso por transporte público, e com vocação maior para o comércio e negócios, como a região da Avenida Paulista, a principal avenida de São Paulo.

Acessamos todos os links disponíveis para os domínios próprios dos espaços identificados pela plataforma: nossa observação procurou as recorrências, as similaridades e também as distinções, para então classificar os resultados por categorias que demarcam os sentidos construídos em torno dos espaços e, por extensão, do que é o coworking, qual a natureza das interações sociais. Em última instância, verificamos os sujeitos produzidos para os espaços, imaginados por meio de seus discursos de auto apresentação. Passamos a apresentar e analisar as categorias identificadas:

Categoria 1: Coworking como negócio e como mercadoria

A primeira categoria, na qual se classificam a maioria dos sites visitados, é a mais objetiva, em termos do que é o espaço: um lugar para ser alugado por quem pretende desenvolver um negócio, para quem precisa de um escritório próprio, para quem quer economizar no aluguel da locação com o compartilhamento. Nesse aspecto, as características comunitárias, e o sentido da cooperação são dissimulados ou tornados secundários, em favor dos interesses particulares e da racionalidade dos usos do espaço. Sites como o do Aba Work destacam o valor do aluguel e a oportunidade de



um bom negócio: “Você está à procura de um Coworking por um preço bom? Venham nos visitar!”, adotando um ethos que aproxima o espaço a uma mercadoria ofertada pelo varejo. Ou como o oWork, que apresenta em tópicos os serviços correspondentes a cada pacote, por ordem de preço. O contrato comunicacional apresentado pela categoria instaura o interlocutor de forma individualizada, e o coworking como um espaço mercantilizado, racional, traduzido pelo valor monetário. Assim também se apresenta a rede Vip Office, com lugares em diversos bairros nobres da cidade - que se refere aos espaços como “soluções”, e o coworking como “ideal para autônomos”. Como sintetiza o site do GT Private Offices: “Venha para a melhor rede de escritórios com serviços. Estrutura para quem não tem tempo a perder”. Nem tempo, nem dinheiro a perder: o tom objetivo constrói o sentido do coworking esvaziado das conotações pressupostas por sua denominação, de trabalho colaborativo e de pertencimento a uma comunidade. Ou como define o site do Younit Co. Office: “escritórios compartilhados que respeitam a sua individualidade”, contradição que está explícita no nome do espaço, que é a junção das palavras “you” + “unit”, no esperanto da língua inglesa que é o padrão da cena do coworking, e da cultura empreendedora de forma geral.

Categoria 2: coworking como comunidade imaginada

“Mais do que um coworking. Somos uma comunidade”. É dessa forma, em letras maiúsculas, que se apresenta o Workplace Coworking, um espaço situado na Avenida Paulista, a mais emblemática da cidade. Apesar dessa convocação para participar de uma comunidade, o site traz uma galeria de fotos intitulada “O espaço”, em que se vê um conjunto de fotografias que apresenta os espaços (“estações compartilhadas”; “salas privativas”; “salas de reunião”; “copa”) sem praticamente haver representação humana; essa contradição entre o sentido de comunidade e os espaços vazios demonstra, de certa forma, o ideário do coworking em suas contradições. Trata-se de um lugar que sugere um princípio de coletividade, mas que interpela os sujeitos individualmente, em suas demandas pessoais, “para sua comodidade”, como também menciona o Workplace Coworking. As imagens que sugerem o compartilhamento e o trabalho comum são nitidamente extraídas de bancos de fotografias, que não correspondem aos espaços oferecidos; o perfil dos ocupantes sugere um perfil de jovens brancos, de padrão econômico elevado, o que revela o caráter de distinção dessa comunidade imaginada – ao ser destinado a uma comunidade seleta, elitizada para os padrões brasileiros, distante da miscigenação e da presença de outros padrões raciais que caracterizam a população do país.



Nessa mesma categoria, o Workestádio Coworking se coloca como “um ambiente democrático, para fugir do isolamento do home Office”, o lugar ideal para desenvolver “um bom networking”. Nesse aspecto, o espaço representa o lugar ideal para vivenciar o espírito do novo capitalismo, e mais especificamente caracteriza a imersão no mundo conexcionista (Boltanski; Chiapello, 2009). Já o Be Coworking traz a seguinte conclamação, em tom eufórico: “Trabalhando juntos, compartilhando idéias!”, numa página de apresentação do site em que nenhuma representação humana aparece, somente se observam os espaços vazios, com mesas, cadeiras, computadores que pressupõem a sua ocupação e, quem sabe, seus usos como uma “comunidade” de trabalho efetiva.

Categoria 3: Coworking como experiência de consumo

Localizamos nessa categoria os espaços que, por mais que compartilhem de características das demais categorias, dão ênfase para aspectos que identificam o seu uso como uma experiência de consumo. Como o Absolutum CW, “idealizado para unir o melhor de dois mundos: a praticidade do coworking com o conforto da sala privativa. Os escritórios compartilhados são amplos e ideais para quem busca boa localização, infraestrutura completa e ótimo custo-benefício”. No lugar da objetividade funcional dos serviços e do custo-benefício da primeira categoria, o Absolutum CW oferece o conforto de suas instalações, usando atributos como “elegância”, preservação da “individualidade”, “personalização”, entre outras características que destacam a qualidade, a distinção, o alto padrão dos serviços para “favorecer ideias”. A estética presente nas imagens do espaço reforçam esse apelo de consumo, por ressaltar o design, que aproximam esse lugar de trabalho aos apelos publicitários de um empreendimento imobiliário, ou até a um shopping center voltado a um público economicamente favorecido e com anseios de distinguir-se de outras classes sociais. Dessa forma, essa categoria projeta o usuário como alguém que ambiciona um estilo de vida, projetado a partir do uso dos bens e serviços para produzir uma “experiência” – que, em essência, é da ordem da individualidade, e não do compartilhamento.

No caso do Coworking Loc Prime Workplace, um gráfico³ sintetiza as conotações do espaço em suas articulações: “Economia Criativa e Colaborativa”; “Ambiente Aconchegante”; “Proximidade com a Natureza”; “Acolhimento” e “Proximidade com o Metrô”, como eixos que evidenciam o seu diferencial. Mesmo que situado em uma



vertente econômica que preza pela colaboração, apresenta-se em termos de vantagens distintas que remetem às benesses voltadas ao consumidor - apesar de se utilizar da denominação “empreendedor” para identificar esse sujeito construído pelo discurso.

Categoria 4: Coworking como espaço de inspiração

A categoria da inspiração engloba os espaços que destacam o ambiente propício à inovação, à criatividade, à inspiração. Como o Comwork.in, que se define como um espaço constituído por “vários profissionais trabalhando e dividindo o mesmo espaço, tornam o ambiente mais estimulante, descontraído, favorecendo a criatividade e produtividade”. Encontramos aqui o sentido de comunidade da categoria 2, mas com ênfase nos estímulos propiciados pelo ambiente para que a comunidade seja produtiva criativa, inovadora. Nessa mesma linha é o Osmose Coworking, com nome sugestivo das interações pressupostas, em um espaço que abriga “eventos inspiradores” para seus usuários.

A Plug apresenta seu “propósito” em destaque: “Coworking que te inspira”. Utilizando, forma bem articulada, os mais emblemáticos elementos discursivos da cena do coworking, coloca-se além da funcionalidade do espaço, para se denominar “um espaço de trabalho inspirador para equipes de todos os tamanhos. Um ambiente criativo e acolhedor para a criação de bons negócios!”. Em outro momento, resume a trajetória do espaço nos seguintes termos: “Com mais de 7 anos de existência, a Plug sempre manteve o foco em criar e gerir os mais inspiradores espaços de trabalho colaborativos para startups e empresas”. Além de se caracterizar, de forma reiterada, em sua conexão com o que denominamos cultura da inspiração, também se articula numa perspectiva da psicologia positiva aplicada aos negócios. Um elemento discursivo que evidencia essa abordagem é o uso da noção de “propósito”, que substitui os objetivos de lucro, de capitalização como um negócio: “A Plug nasceu com o propósito de impactar positivamente o ecossistema local de São Paulo”. Sendo um espaço que sugere ter obtido alta rentabilidade, com parcerias com grandes empresas, entre elas o Banco Itaú – umas das maiores instituições financeiras do Brasil – a Plug coloca em relevo uma rede de afetos, que reveste suas operações e seus objetivos no âmbito do capitalismo empreendedor.

No site do espaço CoDesign, autodenominado o “primeiro coworking voltado para o mundo criativo de São Paulo”, encontramos a seguinte declaração de propósitos:



Com o intuito de criar um espaço vivo, onde profissionais do design, da arquitetura e outros criativos pudessem se inspirar, experimentar, produzir e trocar experiências, nasceu o CoDesign, um coworking, localizado no coração da Vila Olímpia, que conta com ferramentas para tornar os processos criativos mais próximos e possíveis.⁴

Com um posicionamento de mercado expressamente direcionado a profissionais da indústria criativa, o espaço da CoDesign se coloca como um “espaço vivo”, pois seria supostamente “humanizado”, “vibrante”, povoado por uma comunidade criativa, identificada como mutuamente inspiradora, aberta a experiências e à experimentação. Esse imaginário corresponde ao senso comum da atividade no âmbito da indústria criativa, nitidamente referido numa dimensão interdiscursiva. Ao mesmo tempo, trata-se de um espaço que possui “ferramentas” para estimular os processos criativos: essa abordagem tanto identifica o espaço com a vertente das influências ambientais da inspiração, quanto instrumentaliza a criatividade, na perspectiva da vertente da inspiração que é tributária do cenário de emergência do capitalismo e da disciplina psicológica, que discutimos anteriormente.

Considerações finais

Nesses apontamentos finais, procuramos destacar como o coworking se caracteriza como um discurso social, no sentido de Angenot (2010). Enquadrado no espírito do tempo, esse fenômeno é indissociável da cultura da qual é derivado, dos aspectos do capitalismo contemporâneo, dos códigos hegemônicos articulados ao empreendedorismo em sua dimensão social - que ultrapassa a esfera econômica. Por meio de um recorte bem delimitado, a análise dos discursos autodefinidores dos espaços de coworking da cidade de São Paulo, Brasil, identificamos categorias que expressam as multifaces desses espaços, na forma como eles produzem sentidos do trabalho, da atividade empreendedora, da inovação, e dos sujeitos aos quais esses lugares são destinados, em termos de imaginário social.

Da visão racionalizante e funcional do espaço, tido como mercadoria; passando pela mobilização da ideia de comunidade; e chegando às categorias mais instigantes para nosso estudo – a perspectiva da experiência do consumo e os espaços inspiracionais – desenvolvemos uma trajetória que perpassa os principais elementos que caracterizam essa cena. Um aspecto, no entanto, fica praticamente pressuposto na construção discursiva do espaço: o coworking em si mesmo. O trabalho colaborativo – em muitos momentos dissimulado, por vezes apenas sugerido - revela-se como algo fluído,



esparso, como um signo vazio, a ser preenchido por aqueles que se projetam nos discursos e pretendem ocupar um papel social que dê vida e sentido a essa noção.

A questão sugerida nessa conclusão, e que merece uma continuidade de estudos, é o quanto esse discurso está a serviço de uma lógica de justificação do sistema; e até que ponto corresponde a práticas sociais efetivamente cooperativas, inovadoras, transformadoras da realidade social. Pela amostra analisada, ficamos com a primeira ideia, de que a noção de coworking é mais um dos elementos discursivos que caracterizam, promovem e reiteram o capitalismo de nosso tempo – em função da produção de sujeitos neoliberais.

Notas

¹ Disponível em: <<https://coworkingbrasil.org/como-funciona-coworking/>>. Acesso em: 29 nov. 2019.

² Disponível em: <<https://coworkingbrasil.org/censo/2018/>>. Acesso em: 29 nov. 2019

³ Disponível em: <<https://codesigncoworking.com/>>. Acesso em: 28 nov. 2019.

⁴ Disponível no endereço: <<http://www.coworkinglocprime.com.br/>>. Acesso em: 29 nov. 2019.

Referências

Angenot, M. (2010). El discurso social: los limites históricos de lo pensable y lo decible. Buenos Aires: Siglo XXI.

Boltanski, L.; Chiapello, È. (2009). O novo espírito do capitalismo. São Paulo: Martins Fontes.

Casaqui, V. (2017). Abordagem crítica da cultura da inspiração: produção de narrativas e o ideário da sociedade empreendedora. E-Compós, vol. 20, no. 2: 1-18.

Costa, A.L.; Barros, D.F.; Martins, P.E.M. (2012). A alavanca que move o mundo: o discurso da mídia de negócios sobre o capitalismo empreendedor. Rio de Janeiro: Cad. EBAPE.BR, v. 10, nº 2, artigo 6, 357–375.

Dardot, P.; Laval, C. (2016). A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo.

Santos, M. (1999). A natureza do espaço: espaço e tempo: razão e emoção. São Paulo: Hucitec.

Segaud, M. (2016). Antropologia do espaço: habitar, fundar, distribuir, transformar. São Paulo: Edições Sesc São Paulo.



Sennett, R. (2007). A corrosão do caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Rio de Janeiro: Record.

Taylor, C. (2010). Imaginários sociais modernos. Lisboa: Texto & Grafia.