
***Umwelt*, Semiose e Design: a loja Farm Moema como mediadora semiótica na arquitetura de varejo¹**

Lucila Machado CAMPIGLIA²
Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM, SP

Resumo

Este artigo explora como a interação entre o conceito de *Umwelt* e semiose no contexto do design aplicado a espaços arquitetônicos de varejo. O *Umwelt* de Uexküll mapeia o ambiente subjetivo percebido por um organismo, influenciando como indivíduos interpretam e interagem culturalmente através de signos e sistemas de significação. O estudo de caso da loja Farm Moema (Rosembaum, 2021) exemplifica o uso inovador de materiais integrando técnicas artesanais brasileiras e valorizando o bioma original de São Paulo através de seu design arquitetônico, atuando como mediador entre significados culturais e a percepção do espaço de venda. A aplicação dos conceitos de *Umwelt* e semiose no design da loja Farm Moema, traz a conexão com o ambiente local e cria uma narrativa que não só reflete a identidade da marca, mas também resgata e valoriza as tradições culturais brasileiras. O processo de design atua como uma semiose cultural, onde o espaço de venda não é apenas um local de transações comerciais, mas um mediador simbólico entre o bioma, o consumidor e os valores culturais que permeiam o ambiente de varejo.

Palavras-Chave : *Umwelt*; Semiose; Cultura; Artesanal; Espaços de Venda.

Abstract

This article explores the interaction between the concept of *Umwelt* and semiosis within the context of design applied to architectural retail spaces. Uexküll's *Umwelt* maps the subjective environment perceived by an organism, influencing how individuals culturally interpret and interact through signs and systems of signification. The case study of the Farm Moema store (Rosembaum, 2021) exemplifies the innovative use of materials, integrating Brazilian artisanal techniques and valuing the original São Paulo biome through its architectural design, acting as a mediator between cultural meanings and the perception of retail space. The application of the concepts of *Umwelt* and semiosis in the design of the Farm Moema store creates a connection with the local environment and builds a narrative that not only reflects the brand's identity but also rescues and values Brazilian cultural traditions. The design process acts as a cultural semiosis, where the retail space is not merely a site for commercial transactions but a symbolic mediator between the biome, the consumer, and the cultural values that permeate the retail environment.

Keywords: *Umwelt*; Semiosis; Culture; Artisanal; Retail Spaces.

¹ 1 Trabalho apresentado no GP de Semiótica da Comunicação, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² 2 Mestranda de Comunicação e Práticas de Consumo, PPGCOM – ESPM, email: lucila.campiglia@acad.espm.br

Introdução

O conceito de *Umwelt*, desenvolvido pelo biólogo e filósofo estoniano de origem alemã Jakob von Uexküll, refere-se ao ambiente ou mundo subjetivo percebido por um organismo, representando a esfera de percepção e interação de um ser vivo com o mundo que o cerca, incluindo sua experiência sensorial e cognitiva. Segundo Uexküll, o ambiente não “espelha” a realidade, mas “mapeia” a organização da realidade e organização do sistema cognitivo (Uexküll, 1992 p.282).

Segundo Vieira (2007, p.101), o conceito de *Umwelt* é “a interface conectando uma realidade objetiva e um sistema cognitivo, também real”. Esse sistema precisa codificar a realidade de forma coerente para garantir a sobrevivência, apesar das limitações de processamento. A coevolução entre sistemas de diferentes níveis de complexidade depende da troca eficiente de informações, onde qualquer variação ou diferença nas propriedades dos sistemas já constitui informação. As interfaces do *Umwelt* processam essas diferenças e as transformam em signos, permitindo a comunicação entre sistemas. As linguagens, como sistemas de signos, organizam sistemas complexos e desempenham um papel crucial na coevolução entre o sistema cognitivo e o ambiente.

O *Umwelt* refere-se então à realidade subjetiva que um organismo percebe e que é construída por sinais específicos. Isso se relaciona diretamente com a semiose, o processo contínuo de criação e interpretação de signos. A teoria da semiótica ambiental de Uexküll postula que cada organismo possui seu próprio *Umwelt* (mundo subjetivo) e *Innenwelt* (mundo interno), ou seja, maneiras específicas de experimentar a realidade externa e interna (Nöth, 1995).

Este artigo busca explorar a relação entre o ambiente e processo de semiose, para responder como as percepções individuais dos clientes (*Umwelt*), mediadas pela semiose, são afetadas pela diversidade cultural de materiais e soluções arquitetônicas usadas na loja Farm Moema. As culturas fornecem sistemas de signos e categorias que moldam como o ambiente é interpretado e compreendido. Esse arcabouço simbólico atua como um filtro através do qual o mundo é codificado e decodificado.

A Relação *Umwelt*- Semiose

Ao abordar metodologicamente um sistema de signos que transmite significados por meio da identidade cultural e da história local, o conceito de *Umwelt* pode ser entendido como uma correspondência entre a forma como a realidade é organizada e a maneira como o sistema cognitivo, em nível cerebral e mental, estrutura e processa essa mesma realidade (Vieira, 2007). A relação dinâmica entre o contexto cultural e os processos interpretativos se assemelha à interação proposta entre *Umwelt* e Semiose, ressaltando a interdependência entre o ambiente cultural e o processo de interpretação de signos. O *continuum* (continuidade) semiótico, ao organizar esses sistemas e seu funcionamento perceptual cognitivo (Machado, 2015), permite a compreensão de um espaço projetado inserido em um contexto cultural de comunicação simbólica, funcionando como um sistema de signos cuja interpretação segue um modelo semiótico semelhante ao de uma linguagem.

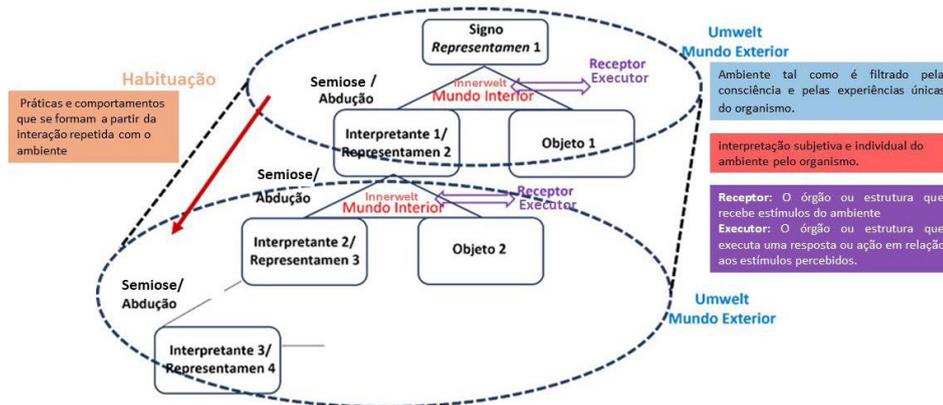
Figura 1- Fachada da Loja Farm Moema – São Paulo – Brasil.



Fonte: Acervo da Autora, 2024.

A estrutura *Umwelt-Semiosis* (figura 2) oferece um esclarecimento substancial para a compreensão e análise da comunicação em espaços, onde signos e sua interpretação estejam intrinsecamente conectados a um contexto cultural. A percepção do *Umwelt* (Mundo Exterior) influencia e molda a forma como os indivíduos percebem e interagem com mundo externo conscientemente através de um universo de signos, códigos e sistemas culturais. O *Innerwelt* (Mundo Interior) trata das interpretações internas e o significado que o sujeito atribui às experiências.

Figura 2 - Estrutura *Umwelt-Semiosis*. Tradução e adaptação da autora



Fonte: Shen et al, 2020.

Na comunicação intercultural, os processos interativos que a fonte e o receptor experimentam são fundamentais para a eficácia da troca de informações. A maneira como os indivíduos pensam e agem nesse contexto está intrinsecamente ligada às suas percepções subjetivas do ambiente (*Umwelt*) e aos seus processos de construção de significado (semiose). Essas percepções e interpretações são moldadas por fatores culturais e experiências individuais, o que significa que, ao interagir, cada comunicador traz consigo um conjunto único de referências e sentidos que influenciam tanto a criação quanto a recepção da mensagem. Dessa forma, a eficácia da comunicação intercultural depende da interação dinâmica entre os sistemas de percepção e interpretação de ambos os lados, o que implica que cada nova troca de informações pode ajustar ou alterar as percepções e interpretações prévias, impactando diretamente o sucesso da comunicação (Shen et al, 2020).

A arquitetura de varejo, através de suas espacialidades e materialidades, pode ser pensada como um sistema de signos onde “o código (ou sistema) desses signos é principalmente interpretado de acordo com o modelo semiótico do código de determinada linguagem” (Nöth, 1995, p. 437). Na loja Farm Moema, seus elementos construtivos (ver figura 3) como a cobertura de bambu, o piso de tijolos de barro e o jardim que restaura o bioma original da cidade de São Paulo (Rosembaum, 2021), se entendidos através de uma perspectiva semiótica, refletem a interação contínua entre o ambiente físico e as linguagens simbólicas que representam.

Figura 3 – Elementos construtivos da Loja Farm Moema, São Paulo, Brasil.



Fonte: Acervo da autora, 2024.

Os materiais que compõem o ambiente da loja atuam como mediadores simbólicos que influenciam e são influenciados pela percepção dos consumidores. Nesse contexto, o design se conecta à experiência de compra em uma relação triádica entre o espaço físico, os signos culturais e a percepção subjetiva dos indivíduos, ajustando-se continuamente o processo comunicativo entre eles. Assim, em um contexto de comunicação, os *Umwelts* dos envolvidos são continuamente moldados tanto por suas próprias ações quanto pelas interações com os outros, o que, por sua vez, impacta de maneira constante seus processos de semiose e comunicação.

Umwelt, Percepção e Cultura

"A semiosfera é o conjunto de todos os *Umwelts* interconectados. Dois *Umwelts*, quando em comunicação, fazem parte da mesma semiosfera." (Kull, 1998, p.305)

O *Phaneron* (fenômeno) representa a totalidade do que está presente à mente antes de qualquer interpretação ou processo semiótico ocorrer. É a esfera fundamental e abrangente da experiência potencial, da qual surge a semiose (o processo de interpretação de signos). Nesse sentido, o *Umwelt*, ou o mundo perceptivo específico de uma espécie, pode ser visto como uma subdivisão do *Phaneron*. O *Phaneron*, assim como o *Umwelt*, condiciona e provoca a semiose, mas não se limita aos processos físicos ou interpretativos de qualquer espécie em particular. Em vez disso, ele representa o fundamento indiferenciado do qual toda a semiose emerge. Portanto, o *Phaneron*³ para Peirce é semelhante ao *Umwelt*, a fonte primordial que se transforma continuamente em semiose através de diferentes organismos e contextos. Qualquer *Umwelt* é primordialmente fenomênico, e assim também é a semiose. (De Tienne, 2022).

O *Phaneron*, entendido como o campo total da experiência antes de qualquer interpretação, pode ser associado à maneira como os elementos materiais e sensoriais da loja estão presentes à percepção dos consumidores, antes de qualquer processo consciente de interpretação ocorrer. "O mundo percebido compreende relações e, de maneira geral, um tipo de organização[...] É necessário que o significado e os signos, a forma e a matéria da percepção, estejam relacionados desde o início, e que a matéria da percepção esteja embuída de sua forma" (Merleau-Ponty, 1964, p.13-15).

A fenomenologia da percepção merleau-pontiana nos mostra como estamos inseridos no mundo de forma pré-reflexiva e corporal e que a experiência do mundo não é uma simples reflexão de uma realidade objetiva e externa, mas é moldada pelas capacidades perceptivas e pela relação ativa entre o organismo e seu ambiente. O *Umwelt* destaca como essa experiência específica a cada ser, está interconectada entre percepção e realidade. Para Merleau-Ponty, "a consciência é apenas uma das formas que o comportamento toma [...] o *Umwelt* é uma melodia que canta a si mesma" (Santaella, 2012, p.44). Ou seja, o *Umwelt* é uma expressão fluida e contínua da percepção e interação de um organismo com seu ambiente.

³ CP 1. 284. "A feneroscopia é a descrição do fênero; e por fênero eu me refiro ao total coletivo de tudo o que está, de qualquer maneira ou em qualquer sentido, presente à mente, independentemente de corresponder ou não a alguma coisa real" (tradução da autora).

Segundo Rosebaum (2021), os materiais utilizados na loja Farm Moema foram escolhidos por suas características inovadoras e sustentáveis, simbolizando tanto o trabalho artesanal quanto o uso de tecnologias modernas. O projeto foi orientado por três princípios principais: unificar o edifício com uma cobertura inovadora, preservar a estrutura original de madeira da construção existente e transformar o jardim da entrada da loja trazendo o bioma paulistano. A cobertura de bambu, que suporta telhas metálicas com isolamento térmico, destaca o compromisso com materiais de baixo impacto ambiental. A vitrine da loja serve como uma sementeira, conectando o design aos lançamentos da marca e à natureza. Elementos como o piso de tijolos de barro e o espelho d'água na entrada reforçam a identidade visual e cultural da loja. Os provadores como ocas (construídos em crochê) e uma grande arara de bambu que circunda a loja suportando expositores móveis integram os espaços e direcionam a jornada do consumidor dentro da loja (figura 4).

Figura 4 – Detalhes dos elementos e materiais da Loja Farm Moema, São Paulo, Brasil.



Fonte: Acervo da autora, 2024.

A loja Farm Moema, pode ser vista como um texto arquitetônico em que cada elemento material comunica e reforça a identidade cultural e os valores da marca. A interpretação desse texto depende do modelo semiótico utilizado pelos observadores, que leem esses signos de acordo com o código cultural ao qual pertencem, gerando uma comunicação simbólica entre o espaço e seus usuários. Essa interatividade entre signos, materiais e cultura reflete um sistema de significação sofisticado que transforma o espaço de venda em uma narrativa simbólica viva.

A semiosfera, conceito de Iuri Lotman (1996), espaço simbólico onde ocorre a comunicação e a criação de significados dentro de uma cultura, é onde a cultura organiza e dá sentido ao mundo através de sistemas de códigos. Ela atua como um espaço de interseção entre as diversas realidades perceptivas de cada *Umwelt*, permitindo que diferentes perspectivas se comuniquem e troquem significados. Ela facilita a criação de uma rede comum de entendimento, onde signos e códigos culturais são compartilhados e reinterpretados, conectando assim as diferentes maneiras de perceber e experienciar o mundo. A semiosfera permite que a semiótica da cultura alcance uma compreensão integrada dos processos dinâmicos, buscando uma linguagem descritiva que seja capaz de ser traduzida entre diferentes sistemas simbólicos. Dessa forma, é possível unificar diversas linguagens para interpretar os fenômenos culturais e, ao mesmo tempo, compreender o texto (materiais) como uma oportunidade de descrever e promover a complexidade cultural de maneira abrangente. Essa tradução entre códigos semióticos distintos não implica uma simples transposição de um sistema para outro, mas sim uma reelaboração criativa dos significados, em que os signos de uma linguagem se transformam ao serem reinterpretados em outro contexto semiótico.

Para Lotman (2022), a Semiosfera, é o espaço que permite que uma cultura transmita suas mensagens por meio de diversos códigos – linguísticos, visuais, arquitetônicos ou sonoros – tornando possível que diferentes grupos, dentro de um mesmo contexto cultural, interpretem e traduzam esses significados de maneira adaptada às suas próprias formas de comunicação. Lotman argumenta que essa tradução intersemiótica não é passiva, mas ativa, ao criar novas camadas de sentido ao longo das interações entre diferentes sistemas de signos.

No caso da Farm Moema, esse conceito pode ser aplicado na forma como os aspectos artesanais brasileiros, como o crochê e o bambu, são reinterpretados e traduzidos em um contexto de design contemporâneo. Esses elementos são ressignificados na arquitetura da loja, funcionando não apenas como componentes estéticos ou funcionais, mas como um sistema semiótico que transmite mensagens sobre identidade cultural, sustentabilidade e inovação. A tradução intersemiótica, portanto, ocorre quando o código visual da arquitetura e dos materiais artesanais é traduzido em uma experiência sensorial e narrativa para os consumidores, que leem esses signos dentro de seu próprio Umwelt e contexto cultural. Assim, a loja Farm Moema pode ser vista como um ponto de convergência entre diferentes sistemas de signos que interagem e se transformam mutuamente dentro da semiosfera cultural.

Conclusão

A percepção do Umwelt, ou Mundo Exterior, molda a forma como os indivíduos experienciam e interpretam o ambiente ao seu redor por meio de uma rede complexa de signos e códigos culturais. No projeto da Loja Farm Moema, os elementos e materiais brasileiros desempenham um papel significativo no processo de semiose, atuando como signos que comunicam valores culturais, percebidos e interpretados pelo consumidor. A interação contínua entre o ambiente físico e os signos culturais através das materialidades nesse projeto, cria significados que refletem a conexão da marca com sua identidade cultural.

Figura 6 – Jardim com bioma de São Paulo, Farm Moema, São Paulo, Brasil.



Referências

- KULL, K. **On semiosis, Umwelt, and semiosphere**. Published in: *Semiotica*, vol. 120(3/4), 1998, pp. 299-310..
- LOTMAN, J. M. **Universe of Mind. A Semiotic Theory of Culture**. Bloomington: Indiana University Press, 1990.
- _____. **La Semiosfera I**. Madri: Ediciones Cátedra, 1996.
- _____. **Cultura y explosión**. Traducción del ruso por Delfina Muschietti. Barcelona: Gedisa, 1999.
- _____. **La semiosfera. L'asimmetria e il dialogo nelle strutture pensanti**. A cura di Salvestroni, S., Sedda, F. Milano: La Nave di Teseo, 2022.
- MACHADO, I. **Diagramas: exploração no pensamento-signo dos espaços culturais**. São Paulo: Alameda, 2015.
- MERLEAU-PONTY, M. **The Primacy of Perception**. Evanston: Northwestern University Press, 1964.
- NÖTH, W. **Handbook of Semiotics**. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 1995.
- PEIRCE, C. S. **CP Collected Papers of Charles Sanders Peirce**, vol. I–VI edited by Hartshorne, C. and Weiss, P. 1931–1935. vol. VII–VIII edited by Burks A. W. 1958. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- ROSEMBAUM, M. **Farm Moema SP** (2021). Disponível em: <https://rosenbaum.com.br/escritorio/projetos/farm-moema-sp/>. Acesso 25/06/24.
- SANTAELLA, L. **O conceito à luz de C.S. Peirce**. In: *Semiótica da Cultura e Semiosfera*. MACHADO, I. (org), São Paulo: Annablume, 113-123, 2007.
- _____. **Percepção. Fenomenologia, Ecologia, Semiótica**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
- SANTAELLA, L., NÖTH, W., **Introdução a Semiótica**. São Paulo: Paulus. 2017.
- SHEN, J., SHENG, Y., SHEN, X., **Umwelt-Semiosis: A Semiotic Perspective on the Dynamicity of Intercultural Communication Process**. vol. 6, no. 2, 2020, pp 1-22. <https://doi.org/10.1515/lass-2020-060201> UEXKÜLL, T.V. **Introduction: The sign theory of Jakob von Uexküll**. *Semiotica* 89 (4), 279-316, 1992.
- VIEIRA, J. A. **Semiosfera e o conceito de Umwelt**. In: MACHADO, I. (org.). *Semiótica da cultura e Semiosfera*. São Paulo: Annablume/Fapesp, p. 99-111, 2007.
- Uexküll, J.V. **A stroll through the worlds of animals and men: A picture book of invisible worlds** *Semiotica* 89 (4):319-391 1992.