

Os nômades digitais: multifuncionalidade em vestuário e acessórios para viagens

Digital nomads: multifunctionality on trips to clothing and accessories

Acunha, André; graduando; Pontifícia Universidade Católica do Paraná,
andrefp.acunha@gmail.com

Duarte, Gabriela; mestre; Pontifícia Universidade Católica do Paraná,
gabriela.garcezduarte@gmail.com

Alves, Verônica; especialista; Pontifícia Universidade Católica do Paraná,
vhouhou@gmail.com

Introdução

De acordo com Jim Mattewman (2012) as fronteiras entre os países mudaram e se tornaram cada vez menores. A internet com as suas facilidades indica que é possível estar conectado e se comunicando com outras pessoas em qualquer lugar do mundo, desde que haja um sinal de rede. Mattewman (2012, p.38) aponta o surgimento de um novo grupo de trabalhadores: os nômades globais, profissionais inseridos na Geração Y, com inquestionável domínio tecnológico, internacionais e multiculturais. Dentro desse grupo maior que são os nômades globais, percebeu-se e foi delimitado o público “nômades digitais”, termo retratado pela primeira vez em 1997 com o livro intitulado “*Digital Nomad*” de David Manners e Tsugio Makimoto para designar os novos empreendedores e profissionais, que buscam trabalhar de forma autônoma ou via *internet* e *online*, viajando ao mesmo tempo.

Em um manifesto publicado em forma de e-book por Emerson Viegas e Jaqueline Barbosa (2014, p.13), criadores do site “Nômades Digitais - Usando a tecnologia para viajar e trabalhar ao mesmo tempo”, maiores disseminadores desse estilo de vida no Brasil assinalam que não é mais necessário estar em escritórios fechados ou baias e ir e voltar do seu trabalho todos os dias. Os autores afirmam que viajar é preciso e os tornam produtivos, e porque não aliar isso ao seu modo de trabalhar?

Mattewman (2009, p.69) afirma que este público, que já é uma realidade comum em países do hemisfério norte, Austrália e Nova Zelândia, no Brasil e Argentina está ganhando cada vez mais adeptos, definido por ele como o “grupo emergente” de nômades globais.

Esta pesquisa é o resultado parcial de Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Desenho Industrial com habilitação em Design de Moda pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. O objetivo é compreender a atuação dos nômades digitais em territórios informacionais, percebendo não apenas sua moda, mas gerando percepções acerca do seu estilo de vida relevantes para o desenvolvimento de uma coleção de moda com vestuário e acessórios multifuncionais para os constantes deslocamentos e os períodos de viagens.

Metodologia

Para um melhor entendimento sobre os anseios e discurso dos nômades globais foi utilizado o livro “Os novos nômades globais” de Jim Matthewman (2012). O artigo de André Lemos (2005) intitulado como: “Cidade e mobilidade: telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais” serviu como base para informações sobre os nômades digitais e a sua atuação nos territórios informacionais dentro das *cibercidades* (p.132), que são as metrópoles contemporâneas com grande cobertura de redes sem fio, e *ciberurbe*, que é assinalado pelo autor (2005, p.132) como a alma das *cibercidades*. Além disso, para comprovação de dados e esclarecimento de pensamentos, o artigo “*The Age of Digital Nomad*” (2013) do autor Tsugio Makimoto, que também lançou o livro “*Digital Nomad*” (1997) junto ao autor David Manners. Quanto aos fatores de estilo de vida do grupo, foi utilizado o livro “Modernidade e Identidade” de Anthony Giddens (2002). Os livros “Cultura de consumo e pós-modernidade” de Mike Featherstone (1995) e “A identidade cultural na pós-modernidade” de Stuart Hall (2006) foram fontes para elucidar o comportamento de consumo e sua relação com os bens, tão como a formação de identidades híbridas.

Além das reflexões teóricas, o estudo se pauta em uma pesquisa de campo qualitativa em âmbito virtual, com entrevistas, relatos e análises de sites, visto que os adeptos ao estilo de vida estão em constantes períodos de viagens. Logo, a internet bem como as redes sociais, por meio de questionários e fotografias, serviu como uma das principais fontes para tornar a pesquisa assertiva.

Resultados e Discussões

Jim Matthewman (2012) aponta o surgimento de novos empreendedores que trabalham de forma remota, inseridos na Geração X e Y e definido por ele como “Nômades globais”, que é elucidado da seguinte forma:

Eles não são, porém, os expatriados tradicionais - uma nova mobilidade latitudinal está substituindo os pressupostos longitudinais do passado. Esse novo grupo é formado pelos nômades globais. Esses profissionais mudam de uma designação A para outra designação B, C e D por um período de meses e desse modo não são expatriados que viajam para fora de seu país e depois viajam de volta. Eles não têm um “local de moradia”. (MATTEWMAN, 2012, p.17).

Não é o profissional que pega um avião, resolve um problema e volta para casa, pois não tem “casa” - transita de tarefa em tarefa, pelo tempo que for necessário. Não é leal a uma empresa, move-se com espírito de aventura e utiliza a tecnologia dos computadores pessoais, *smarthphones* e *tablets* como sua aliada, além da internet, que diminui cada vez mais as barreiras de comunicação.

Para Matthewman (2012, p.39), a Geração Y é que a mais viaja na história, tanto pela confiança adquirida e os voos baratos que os incentivam. A globalização tornou o mundo um lugar menor, fazendo com que os produtos e serviços internacionais estejam cada vez mais ao alcance dessa geração. É esse desejo pela diversidade e aventura que estimula essa geração, onde suas aspirações e experiências internacionais favorecem sua carreira, criando assim fortes influências multiculturais em seu estilo de vida.

Com as condições de trabalho atuais, as pessoas podem realizar suas funções de qualquer computador com acesso à internet. Segundo Viegas e Barbosa (2014, p.12), a internet possibilitou uma nova opção para aqueles que se sentem inspirados e produtivos quando trabalham em casa ou em qualquer outro lugar de sua escolha.

Quanto a esta liberdade, cabe ressaltar a objeção feita pelo estudioso André Lemos (2005), que define estes novos nomadismos como a era dos “nômades *high-tech*”:

Os novos nômades high-tech surgem buscando passar de ponto de acesso a ponto de acesso. Agora o ponto de parada não é a fonte de água, mas o coffee shop ou sua zona de conexão sem fio ao ciberespaço no espaço urbano público. O território do beduíno high-tech não é o deserto, mas o território informacional criado pela intersecção do espaço físico com o ciberespaço nas metrópoles contemporâneas. Eles trabalham e vivem de conexão wireless em conexão wireless. (LEMOS, 2005, p.132)

Mesmo estando presos a estes espaços e territórios informacionais, que inclusive podem ser monitorados, o que importa na vida de um nômade, como analisa Deleuze citado por Lemos (2005, p.132), é o que está no *intermezzo*, ou seja, o percurso. O que caracteriza o nômade não é o propósito de chegar a algum lugar, mas o fato de estar transitando por um mundo que não é seu, mas que também não deixa de sê-lo.

Em um questionário enviado online e com respostas de 31 nômades digitais brasileiros, 20 pessoas já sentiram desconforto em período de viagens relacionado com o vestuário. Entre as respostas, a falta de roupa apropriada para descanso foi a mais citada. Os lugares por onde passam, como os aeroportos, rodoviárias, estações de trem, assim como os meios de transporte utilizados, segundo os entrevistados, não são seguros e muitas vezes precisam dormir no chão, adaptando as peças de roupas em sacos de dormir, travesseiros e cobertores.

Os indivíduos relataram ainda que muitas vezes dormem em ônibus, aviões e trens e sentem problemas como as adversidades climáticas ao entrar e sair desses meios de transportes. Outro fator a ser levado em consideração são que os nômades digitais trabalham nesses pontos e meios de transporte, tendo problemas relacionados à conexão de internet e falta de lugares para apoiar seus computadores pessoais, *tablets* e telefones celulares.

Além disso, das 31 respostas, 12 pessoas sentem problemas quanto a limpeza, higienização e passagem das peças. Problemas como o peso, volume, organização e falta de espaço foram os itens mais colocados como problemas que atrapalham a mobilidade. Ao serem questionados sobre se compram suas roupas pensando em suas viagens, 21 pessoas afirmaram que sim. Quanto ao que é mais relevante para o indivíduo ao comprar uma peça de roupa, o conforto, durabilidade e praticidade foram os mais colocados.

Em uma entrevista realizada via e-mail com a criadora do site “Família Nômade”, a preferência sempre foi por peças que “coringas”, com facilidade de passar e que aparentam ter um ar formal, visto que sempre estão em contato com novos empregadores de seus serviços de terceirização. Ao comprar roupas, a entrevistada diz comprar peças que não tenham cores claras, pois com o tempo apresentam sinais de desbote e sujam facilmente.

Ao entrevistar uma segunda pessoa, em âmbito virtual, que viaja com a

mochila cargueira, ela cita que sempre opta por peças leves e que possa ser utilizada em diversas ocasiões, assim como também por acessórios que tenham mais funções práticas, visto que esses tornam as bagagens mais pesadas.

Nessa conjuntura, por meio do questionário, os problemas psicológicos também se tornam latentes, como a solidão por estar sozinho, a saudade, a falta de apoio e a dificuldade de manter relacionamentos; o cansaço por horas de viagem, o desconforto com frequentes mudanças e o estresse relacionado a perdas de documentos ou objetos, além do medo por não terem pessoas ou médicos de confiança; existem também os próprios estigmas de vestuário, que estão estereotipados pelo desapego, encontrando vestuário funcional apenas em lojas esportivas ou de atividades radicais.

Considerações Finais

Ao levar uma vida de nômade digital, que traduz um sentimento de aventuras, limitações e responsabilidades (MATTEWMAN, 2012, p.66), homens e mulheres sofrem com o deslocamento, desde os lugares por onde passam, os meios de transporte que utilizam e também com o desconforto que envolve os fatores citados anteriormente.

Como resposta a essas necessidades, pode-se sugerir a criação de uma coleção de vestuário multifuncional, com peças que se adaptem a diversas ocasiões de uso em viagens e locais, com facilidade de compactação. Essa coleção pode auxiliar e agilizar as viagens, diminuindo o volume e peso das bagagens, tornando o deslocamento mais confortável e facilitando a mobilidade, além de uma maior segurança para os seus equipamentos tecnológicos, que são o seu meio de trabalho e garantir renda. A coleção em si ainda irá abranger os materiais utilizados, com durabilidade, resistência e fácil limpeza, para que a troca dessas peças não seja constante.

Sendo assim, ao confirmar a existência desse público relativamente novo na sociedade atual e com muitos adeptos no Brasil e no mundo, constatando os problemas de situações de uso de produtos de vestuário e acessórios em viagens, o projeto torna-se relevante para a área de Design e Moda, que visa obter soluções para essas ocasiões, aliando multifuncionalidades e praticidade, inovação e tecnologia.

Referências

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1987.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

LEMOS, André. **Cidade e mobilidade**: telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. *MATRIZES*, n. ° 1, p. 121-137, out 2007.

MATTEWMAN, Jim. **Os novos nômades globais**. São Paulo: Clio, 2012.

MAKIMOTO, Tsugio. **The Age of the Digital Nomad: Impacto f CMOS Innovation. Appeared In IEEE Solid States Circuits**, vol. 5, n. ° 1, p. 40-47, dez 2013.

MAKIMOTO, Tsugio; MANNERS, David. **Digital Nomad**. Wiley, 1997. 256p. 1 ed. Hoboken, USA.

STUART, Hall. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

VIEGAS, Emerson; BARBOSA, Jaqueline. **11 coisas que você precisa saber para ganhar dinheiro e viajar pelo mundo ao mesmo tempo**. E-book. Manifesto dos nômades digitais. Disponível em: <<http://nomadesdigitais.com/>>. Acesso em: 20/02/2015.