

#NômadeDigital: Consumo, Estilo de Vida e Dinâmicas Identitárias na Cultura Digital¹

Patrícia Matos²
Universidade Federal Fluminense

Resumo

“Nômades digitais” são um grupo de trabalhadores digitais que emerge do uso intensivo das plataformas de comunicação em rede e que buscam um estilo de vida que concilia trabalho e viagens constantes. Através dos sites de redes sociais eles promovem seu estilo de vida e constroem suas narrativas identitárias, bem como estabelecem sua rede de contatos e interação social. Este artigo parte da análise de publicações no Site de Rede Social Instagram feitas pelos autointitulados “nômades digitais”. O objetivo é mapear alguns padrões relacionados à construção do estilo de vida nômade digital a fim de estabelecer uma discussão em torno da estetização da vida cotidiana (FEATHERSTONE, 2007), da construção do self na cultura do consumo, bem como a própria noção de estilo de vida (BURKE, 2008) e da presentificação das identidades na era digital.

Palavras-chave

Nomadismo Digital; Estilo de Vida; Consumo; Identidade; Cultura Digital

Introdução

“*Wireless generation*”, “*location independent*” e “nômades digitais”, são alguns dos termos usados, tanto pela imprensa como pelos próprios agentes, para nomear o fenômeno descrito neste artigo. No mundo de hoje é cada vez mais comum encontrar pessoas que levam um estilo de vida que podemos classificar como “hipermóvel” (O’REGAN, 2008), conciliando suas rotinas de trabalho com viagens e tendo nas Tecnologias de Informação e Comunicação suas principais aliadas. Nesse cenário, o termo “nômade digital” emerge como autodenominação de um grupo de pessoas que buscam um estilo de vida em que não dependam de um local fixo para desenvolver suas

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Bacharel em Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e doutoranda pela mesma instituição. pmatos@id.uff.br

atividades de trabalho e rotina diária.

Os autointitulados “nômades digitais” se definem como “a versão moderna do American Dream”³ e “pessoas que adotaram o *lifestyle* de viajantes, sem deixar de ganhar dinheiro, de ter uma carreira, ou de ter conforto.”⁴ São apresentados pela imprensa como profissionais que estão “redefinindo o que significa ser produtivo”⁵ e que administram seus negócios “de uma cabana na selva ou à beira de um mar azul-turquesa”^{6, 7}. Em termos práticos se trata, em sua maioria, de empreendedores digitais, trabalhadores autônomos e *freelancers*, que viajam para múltiplos destinos desenvolvendo suas atividades em escritórios compartilhados, cafés com acesso à internet, hotéis e afins. Destaca-se o uso intensivo de sites de redes sociais para apresentar e divulgar o estilo de vida nômade digital, bem como principal meio de socialização. Proliferam sites, blogs, canais no Youtube, páginas no Facebook e perfis no Instagram, além de outros aplicativos para celular e serviços com o intuito de promover o encontro entre nômades digitais do mundo todo.

Neste artigo apresento um mapeamento do fenômeno dos “nômades digitais” e uma análise de seus principais elementos constitutivos, em especial no que se refere a sua construção identitária em sites de redes sociais e através do consumo. Considero o fenômeno um exemplo de como “a tecnologia é, hoje, uma das metáforas mais potentes para compreender o tecido – redes e interfaces – de construção de subjetividade” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p.20). Dessa forma, proponho uma abordagem que

³ NEUTE, Fernanda. Nômades Digitais: Quem São E Como Eles Ganham Dinheiro E Se Sustentam Na Estrada. Em: Blog Feliz com a vida. Disponível em: <<http://www.felizcomavida.com/nomades-digitais-quem-sao-eles>> Acessado em: 15 de janeiro de 2018

⁴ BARBOSA, Jaqueline & VIEGAS, Emerson. Manifesto Nômades Digitais. Em: Site Nômades Digitais. Disponível em: <<http://nomadesdigitais.com/comece-por-aqui/>>. Acessado em 15 de janeiro de 2018.

⁵ GUPPTA, Kavi. Digital Nomads Are Redefining What It Means To Be Productive. In: Forbes. Washington, 25 de fevereiro de 2015. Disponível em: <<http://www.forbes.com/sites/kaviguppta/2015/02/25/digital-nomads-are-redefining-what-it-means-to-be-productive/>>

⁶ SNEDDEN, Megan. When Work Becomes a nonstop vacation. In: BBC. Londres, 30 de agosto de 2013. Disponível em: <<http://www.bbc.com/capital/story/20130829-when-work-is-a-nonstop-vacation>>

⁷ Muito embora este estudo não corrobore este tipo de definição, uma abordagem mais crítica e aprofundada em relação às consequências da celebração de tal estilo de vida não será empreendida neste artigo. Isso porque, a exemplo do que propõe Geertz (1978) e para fins da análise proposta neste artigo, busca-se aqui apreender a visão de mundo dos agentes sobre seu próprio estilo de vida – que, como veremos, é bastante positiva, em especial no que se refere à sua apresentação e presentificação no Instagram.

privilegie o papel da cultura digital na formação de subjetividades apoiadas nas Tecnologias de Comunicação e Informação, mas não de um ponto de vista tecnicista e sim observando os modos como os recursos tecnológicos e as transformações trazidas por eles são experimentados em contextos culturais específicos.

Levando-se em conta, ainda, a noção do estilo de vida como “estetização da vida”, iremos observar como o estilo de vida “nômade digital” é construído, a partir de quais escolhas e utilizando quais elementos, através de postagens no Site de Rede Social Instagram utilizando a *hashtag* #digitalnomad. O site é considerado nessa pesquisa a principal vitrine do estilo de vida nômade digital pelo seu uso massivo por parte desse grupo ao retratar seu dia a dia e por unir imagem e texto de maneira bastante particular, criando uma representação estética.

Navegando pelo mundo dos nômades digitais

Por se tratar de um fenômeno recente, são poucos os trabalhos acadêmicos em língua portuguesa desenvolvidos ou em desenvolvimento sobre o tema.⁸ Dessa forma, os primeiros passos da pesquisa da qual este artigo é uma parte caminharam no sentido de mapear a presença e as interações sociais dos nômades digitais *online* e *off-line*. Como mencionado anteriormente, “nômade digital” é a forma como os próprios sujeitos se denominam e que pode ser definida como um grupo de pessoas que fazem do uso intensivo dessas plataformas de comunicação em rede aliado às transformações econômicas e sociais pós-1990. Tal cenário, composto por encurtamento das distâncias proporcionado pelos avanços na comunicação e no transporte transnacional, intensificação da circulação de capital, bens e pessoas, entre outros, se mostrou ideal para o surgimento do fenômeno.

Em geral, esses indivíduos utilizam tais ferramentas em favor de uma rotina de

⁸ Durante a preparação e ao longo dos primeiros dois anos desta pesquisa, foram identificados apenas alguns artigos e trabalhos de conclusão de curso sobre o tema nômades digitais. São eles: “Homo mobilis: a nova era dos nômades”, 2012, trabalho de conclusão do curso no Jornalismo da UFSC, de Nathale Ethel Fragnani; “Nomadismo digital e comunicação na web 2.0: Uma análise do blog Nômades Digitais”, 2015, Trabalho de Conclusão de Curso de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS, de Naiara Nascimento; “Mobilidade, materialidade e memória: O que cabe na mala de um nômade digital?”, 2018, trabalho de conclusão de curso de Comunicação da UFRJ, de Renan Moisés; e “Nômades digitais: perfis, motivações e viabilidade”, 2016, dissertação de mestrado em administração da FGV de Renata Santos Matos. Não foram encontradas teses de doutorado ou livros sobre o tema em português.

viagens constantes, lançando mão de diversas estratégias (como formas de troca de hospedagem e programas de fidelidade de companhias aéreas, entre outros) e, assim, construindo o que chamo de estilo de vida “nômade digital”. Para seguir esse estilo de vida seria necessário “usar todos os recursos tecnológicos para que você fique o mais livre possível e tenha menos coisas que te prendam em um só lugar”⁹, sempre em referência a uma pretendida liberdade. Com esse propósito, fazem uso intensivo de computadores portáteis, *smartphones* e uma série de aplicativos e ferramentas digitais, utilizando conexões GSM e WiFi de hotéis, cafés, espaços de *coworking*,¹⁰ aeroportos e até mesmo trens e aviões.

O termo em inglês, *digital nomad*, parece ter se popularizado a partir de 2004, mas seu primeiro uso conhecido foi no livro *Digital Nomad*, de 1997, escrito por Tsugio Makimoto e David Manners:

Digital Nomad nos conta como as possibilidades tecnológicas atuais e futuras, combinadas ao nosso desejo natural de viajar, irão permitir, mais uma vez, que a humanidade viva, trabalhe e exista em movimento. Isso é o que alguns líderes de grandes empresas e pensadores estão dizendo sobre nomadismo digital.¹¹

Obviamente, tal visão não leva em conta as contradições inerentes ao nomadismo digital – questões como a precarização das relações de trabalho, a crescente invasão do tempo do trabalho no tempo do lazer e outras que fogem do escopo específico deste artigo¹² –, mas nos ajuda a pensar, em um primeiro momento, como foi sendo construído o cenário propício para o surgimento e popularização do fenômeno.

A maioria dos autointitulados “nômades digitais” advém dos ramos de Tecnologia da Informação, marketing e design, mas também há escritores, tradutores, engenheiros e

⁹ BARBOSA, Jaqueline & VIEGAS, Emerson. Manifesto Nômades Digitais. Em: Site Nômades Digitais. Disponível em: <<http://nomadesdigitais.com/comece-por-aqui/>>. Acessado em 15 de janeiro de 2018.

¹⁰ *Coworking* é o termo utilizado para o compartilhamento de um ambiente de trabalho, geralmente um escritório, e de seus equipamentos por pessoas que trabalham de forma independente. Geralmente se paga uma diária ou mensalidade.

¹¹ “Digital Nomad tells us how current and future technological possibilities, combined with our natural urge to travel, will once again allow mankind to live, work, and exist on the move. This is what just some of the world’s major company leaders and thinkers are saying about Digital Nomad.” Sinopse disponível em: <<https://www.amazon.com.br/Digital-Nomad-Tsugio-Makimoto/dp/0471974994>>

¹² Para mais sobre este aspecto específico e uma breve discussão sobre o novo espírito do capitalismo no qual os “nômades digitais” se inserem, ver o artigo intitulado “Férias sem fim ou o fim das férias?: capitalismo flexível, empreendedorismo e o estilo de vida nômade digital”. (Matos, 2016)

profissionais de vendas. Igualmente distribuídos em gênero, possuem em média entre 25 e 35 anos e são de origem europeia e estadunidense, embora a tendência cresça entre nacionalidades do mundo todo.¹³ No Brasil, o interesse surgiu a partir de 2014¹⁴ e os pioneiros foram Emerson Viegas e Jaqueline Barbosa do site Nômades Digitais que se dedicam a publicar artigos e vídeos sobre o estilo de vida nômade digital, além de oferecer um curso para aqueles que desejam seguir o mesmo caminho.¹⁵

Eles se organizam principalmente através de sites de redes sociais, sendo os grupos no Facebook a principal ferramenta.¹⁶ Observa-se, ainda, a realização de eventos como a DNX¹⁷, conferência que reúne todos os anos nômades digitais e especialistas em empreendedorismo digital para palestras e *workshops*, além de programas de viagem em grupo como o Hacker Paradise e Remote Year. Até um aplicativo de relacionamentos para nômades digitais está sendo criado, o Nomad Soulmates.¹⁸

Buscando conciliar uma rotina de trabalho e viagens esses indivíduos desempenham suas tarefas como *freelancers*, trabalhadores remotos ou administrando negócios próprios ao mesmo tempo em que viajam pelo mundo. Para eles, os conceitos de “viagem de férias” e “viagem de negócios” não parecem fazer mais sentido. As viagens seriam a principal motivação para seguir o estilo de vida nômade digital, embora também evoquem um ideal de rotina fora do escritório (sendo seu principal lema “escapar da rotina de 9h às 5h”¹⁹). Como afirma um entrevistado em matéria da BBC: “As pessoas mais felizes que conheço são autônomas e estão vivendo sob seus próprios termos, em

¹³ Dados obtidos a partir do Digital Nomad Survey (disponível em: <<http://digitalnomadsurvey.com>>) e do Digital Nomad Census (disponível em: <<http://digitalnomadhelp.com/infographic/#>>) além de observação em grupos no Facebook.

¹⁴ De acordo com dados da ferramenta Google Trends, as pesquisas pelo termo “nômades digitais” foram de zero a 63 pontos percentuais em março de 2014, atingindo seu auge em setembro de 2015. As buscas se concentraram nos estados do sul e sudeste.

¹⁵ Disponível em: <<http://curso.nomadesdigitais.com/>>

¹⁶ Alguns exemplos incluem o “Digital nomads around the world”, que conta com 65,627 membros, “Female digital nomads”, com 23,432 membros e “Global digital nomad network”, com 29,800 membros. Dados coletados em janeiro de 2018.

¹⁷ Disponível em: <<https://www.dnxglobal.com/>>

¹⁸ Disponível em: <<https://beta.nomadsoulmates.com>>

¹⁹ A expressão “9-5” designa o horário comercial no mundo corporativo e representa, no discurso dos nômades digitais, as amarras da vida em um escritório. Já o uso de “escape 9-5” se tornou corrente a partir do livro de Tim Ferris, *Trabalhe 4 Horas por Semana: Fuja da rotina, viva onde quiser e fique rico*, publicado em 2008 e considerado um dos grandes responsáveis pela consolidação do nomadismo digital.

contraste com a vida em uma caixa de sapato e menos de duas semanas de férias por ano” (SNEDDEN, 2013).

Com isso, o estilo de vida nômade digital se torna uma grande celebração do movimento. Em seus *blogs*, *vlogs*, imagens no *Instagram* e posts no *Facebook* é possível notar o desejo por “liberdade”, a busca incessante por novos lugares para visitar, e o discurso de um “mundo sem fronteiras” além de um forte *ethos* empreendedor e da celebração das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) como grandes facilitadores desse estilo de vida.

Em muitas carreiras sempre foi possível viajar de forma frequente, mas o ponto central do estilo de vida nômade digital é o uso da tecnologia a favor da construção desse estilo de vida. Levando-se em conta a noção do estilo de vida como “estetização da vida” (FEATHERSTONE, 2007), parte do intuito desta pesquisa é observar como ele é construído, a partir de quais escolhas e utilizando quais elementos, através de um levantamento de postagens em blogs, sites de redes sociais e sociabilidade em grupos, fóruns e aplicativos. Os sites de redes sociais são considerados nesta pesquisa a principal vitrine do estilo de vida nômade digital pelo seu uso massivo por parte de nômades digitais ao retratar seu dia a dia. A seguir, nos concentramos na apresentação do estilo de vida nômade digital nos sites de redes sociais.

Férias sem fim: Consumo, estetização e presentificação do nomadismo digital

Sites de redes sociais como o Facebook têm chamado atenção como fenômeno comunicativo principalmente por evidenciar supostos novos modos de os atores sociais se relacionarem, se apresentarem e presentificarem²⁰ na contemporaneidade (POLIVANOV, 2014, p. 16). Com o estilo de vida nômade digital não é diferente, construído, discursiva e esteticamente, através do uso massivo de sites de redes sociais como o Facebook e o Instagram, com imagens de seu dia a dia fora de um escritório padrão e com cenários paradisíacos como pano de fundo. O Instagram é uma das plataformas mais utilizadas pelos autointitulados “nômades digitais”, seguido de *blogs*, *videologs*, *podcasts* e páginas no site Facebook. Nestes espaços, o nomadismo digital se

²⁰ O termo “presentificação” é usado aqui, da mesma forma que por Polivanov (2014), como “performatização de si”, entendendo que a forma como os indivíduos apresentam a si e ao seu estilo de vida nos sites de redes sociais corresponde a uma performance.

apresenta como uma vida de liberdade e viagens constantes, sempre na companhia de um *laptop*.

Polivanov (2014) chama atenção para o fato de que a auto-apresentação em sites de redes sociais é sempre construída e performatizada de acordo com o que é valorizado ou desvalorizado pelos atores com os quais se identificam e com os quais compartilham uma rede de contatos e no sentido de estabelecer, ainda, uma “coerência expressiva” (SÁ E POLIVANOV, 2012; POLIVANOV, 2014). Assim, observar as postagens e perfis em sites de redes sociais feitas por e para nômades digitais (através do uso de hashtags, por exemplo) revela não só quem esses indivíduos imaginam ser como que elementos eles valorizam como grupo.

O nomadismo digital é uma tendência que tem crescido e se propagado *online*, sendo apenas uma de uma série de dinâmicas identitárias presentes em sites de redes sociais. É majoritariamente através das narrativas *online* dos nômades digitais que a maioria dos aspirantes a esse estilo de vida toma conhecimento de suas possibilidades e, assim, aprendem sobre seus principais elementos. Seja através da representação estética (como fotos no Instagram produzidas com o claro intuito de representar visualmente o que é ser um nômade digital), seja discursiva (através de cursos, palestras *online* e *ebooks* contendo fórmulas, dicas, estudos de caso e mentorias), o fenômeno evidencia a dimensão simbólica e comunicativa do consumo e como este atua na construção de identidades. Ao observar tais conteúdos, é possível notar como esse processo de construção se dá de maneira altamente autorreflexiva, ou seja, com cada elemento sendo escolhido de forma consciente e refletida.

De acordo com Campbell (2006) e conforme amplamente aceito no campo dos estudos de consumo, a sociedade atual mantém uma relação diferenciada com o ato de consumir. As atividades relacionadas ao consumo como procura, compra e utilização dos bens e serviços ocupa papel central em nossas vidas porque o consumo tem uma dimensão que o relaciona com as mais profundas e definitivas questões que os seres humanos possuem na sociedade contemporânea, em especial a questão da identidade.

O consumo era mais utilitário por que as possibilidades de escolha eram mais limitadas. Hoje em dia, confrontados com tantas marcas de carro, de arroz, etc., temos de escolher o tempo todo. Cada vez mais aquilo que compramos hoje é a nossa identidade, nossa ideia de nós mesmos, o estilo de vida que escolhemos. Retornamos ao paradoxo de aprender a ser indivíduos. Nossa escola é a mídia (BURKE, 2008, p. 35).

Em geral, nos definimos por nossos gostos, para além de definições básicas como sexo, idade e religião que serviriam como molduras. Consideramos que é na combinação especial dos nossos gostos, desejos e preferências que nossa individualidade reside. Assim, Campbell refuta a ideia de que o indivíduo na pós-modernidade não tem um conceito fixo de self, mas concorda que nosso senso de identidade não é mais claramente determinado como já foi por filiações de grupo, classe e posições ocupadas em instituições como a família, a religião e a nacionalidade.

Depois da libertação principal do indivíduo das correntes enferrujadas da corporação, do estamento por nascimento e da Igreja, o movimento segue adiante, no sentido de que os indivíduos tornados autônomos querem agora distinguir-se entre si. O importante aqui não é mais o indivíduo livre como tal, mas que este é, precisamente, aquele único e distinto.(...) Durante toda época moderna, temos a busca do indivíduo por si mesmo, por um ponto de solidez e ausência de dúvidas, o qual se torna tanto mais necessário quanto mais o horizonte prático e teórico e a complexidade da vida aumentam aceleradamente, tornando ainda mais urgente essa necessidade, a qual não pode ser encontrada em instâncias externas à própria alma. (SIMMEL, 1998, p. 115)

Assim, “o consumo, longe de exacerbar a ‘crise de identidade’, é, na verdade, a principal atividade pela qual os indivíduos geralmente resolvem esse dilema.” (CAMPBELL, 2008, p. 51). O autor cita como exemplo a maneira como as pessoas costumavam definir a si mesmas em anúncios de jornais buscando um relacionamento, sempre citando gostos pessoais e informações sobre seu estilo de vida (se gostam de esporte, ou vinho, ou que tipo de filme, etc).²¹ No caso dos nômades digitais podemos observar como utilizam o Instagram como vitrine de seu estilo de vida e o espaço destinado às informações pessoais do usuário, a *bio*. Nesses perfis fica claro como ser um “viajante”, um “nômade digital”, “vegano”, praticar surf ou kitesurf ocupa um papel central na vida desses sujeitos a ponto de ser considerado por eles o que os define.

²¹ A prática dos anúncios já não é muito popular nos dias de hoje, dando lugar aos perfis nas redes sociais e aplicativos. Mas o padrão continua sendo verdadeiro e facilmente observável em aplicativos de sites de relacionamentos, por exemplo.

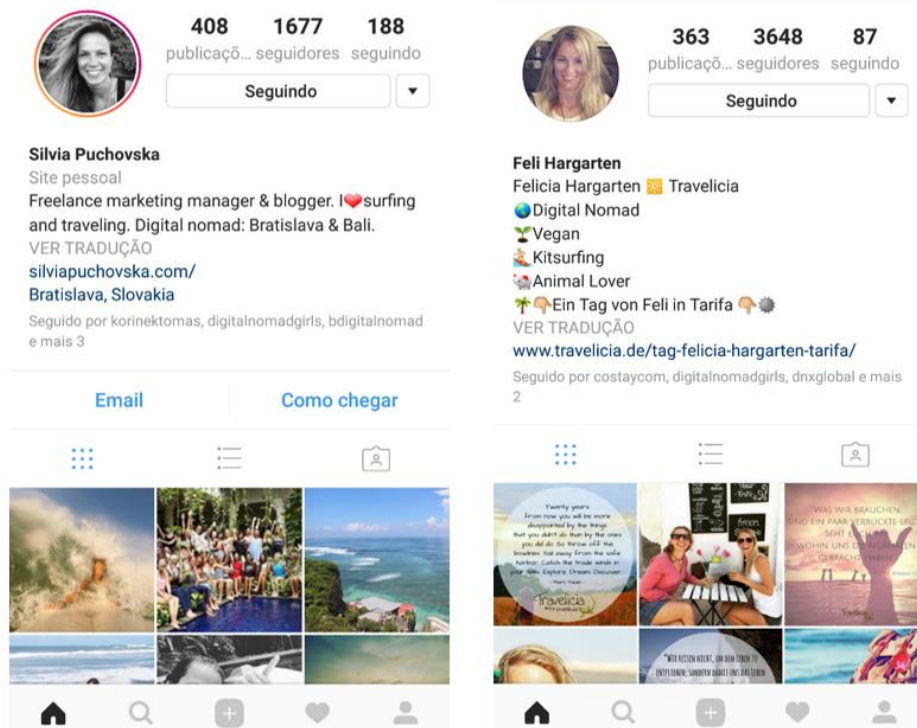


Figura 1: Perfis de nômades digitais no Instagram

A maneira como expressamos nossa individualidade hoje se dá essencialmente por meio de determinado padrão de escolhas feitas a partir de um repertório. É esse repertório que atua na construção do estilo de vida como uma estética da vida cotidiana. Dessa forma, a emergência da sociedade do consumo não deve ser encarada apenas como sendo caracterizada por um materialismo dominante já que também confronta os indivíduos com imagens que falam aos seus desejos, constroem sua identidade e “estetizam” sua realidade. (FEATHERSTONE, 2007, p. 66-67) Isso é notório nas imagens produzidas por nômades digitais e publicadas em redes sociais como o Instagram com o intuito de serem consumidas por outros (seus seguidores), em geral pessoas que também estão interessadas nesse estilo de vida e que em breve ou ao mesmo tempo produzem suas próprias imagens. Essas imagens se retroalimentam e se referenciam criando uma estética.

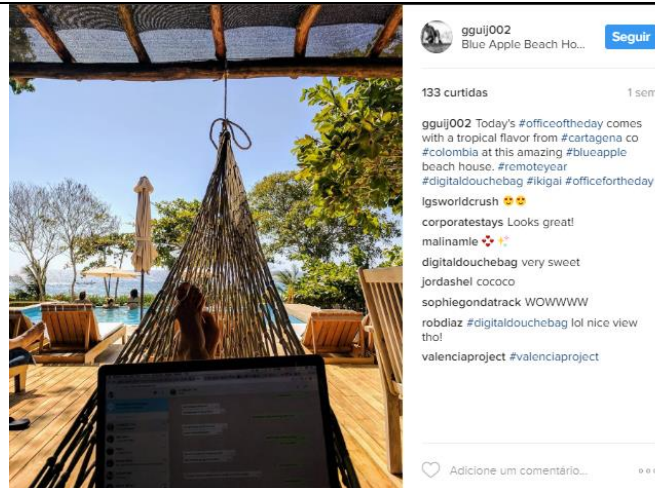


Figura 2 - Postagem na rede social Instagram retratando o dia de um nômade digital: “O escritório do dia vem com sabor tropical de Cartagena, Colômbia, nesta casa de praia incrível.”

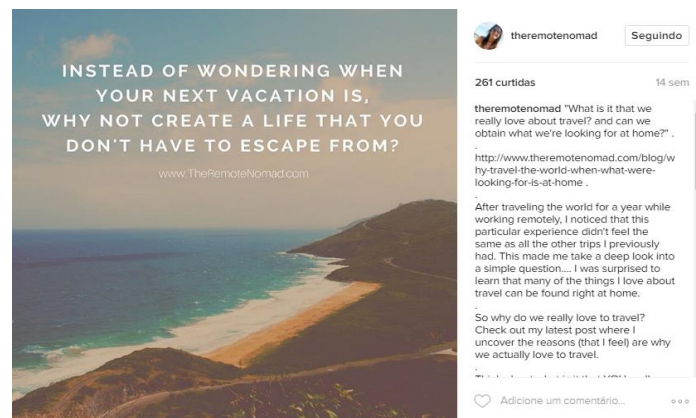


Figura 3 - Postagem na rede social Instagram sobre o estilo de vida nômade digital: “Em vez de pensar quando serão as próximas férias, por que não criar uma vida da qual você não precise escapar?”

Com o advento de sites de redes sociais como o Facebook, publicar fotos e “instantâneos” do nosso dia a dia se tornou cada vez mais comum. O que chama atenção no Instagram é a estetização de tais momentos, pretensamente espontâneos, através dos chamados “filtros”. O nome Instagram deriva da junção de *instant* e *telegram* (“instante” e “telegrama”), ou seja, um instante capturado e enviado como se fosse um telegrama. O aplicativo lembra uma câmera instantânea daquelas analógicas, tipo Polaroid, em que a imagem se revelava instantaneamente. O uso massivo da ferramenta por viajantes em geral e por nômades digitais em particular revela esse desejo de “embelezar” ou “estilizar” o momento presente ao mesmo tempo em que o exhibe aos outros. Assim, os nômades digitais utilizam o Instagram para capturar momentos da sua rotina mas também para produzir imagens que, por sua vez, povoarão a *timeline* e, principalmente, a imaginação de outros nômades digitais (ou aspirantes), criando uma estética do seu

cotidiano.

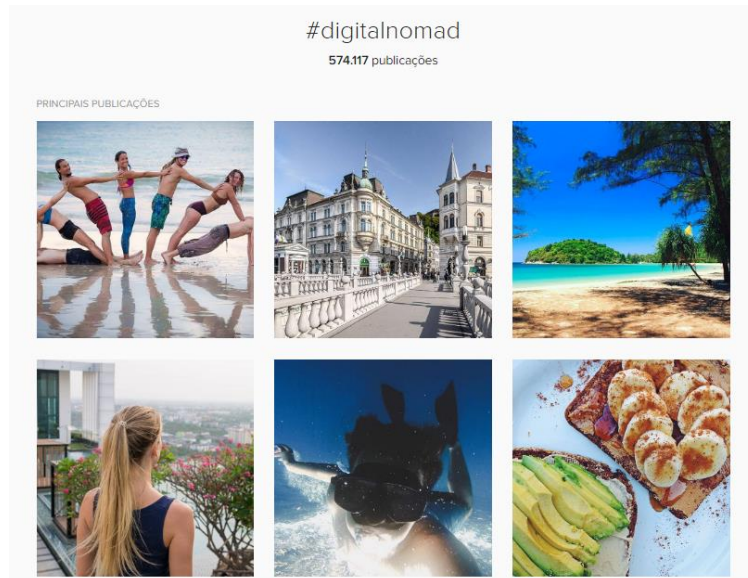


Figura 4 – Visão geral dos principais resultados de uma busca pela hashtag #digitalnomad no Instagram

Vemos, a partir desses e outros exemplos, que as postagens nos sites de redes sociais têm função tanto inspiracional quanto didática. Elas são, ao mesmo tempo, construção e apresentação de uma identidade, com cada elemento escolhido minuciosamente para harmonizar com os demais e contribuindo para a estetização da vida cotidiana desses indivíduos. Para Featherstone (2007), a noção de estilo de vida na contemporaneidade denota individualidade, auto-expressão e uma auto-consciência estilística, ou seja, “o corpo, as roupas, a fala, os hobbies, preferências de comida e bebida, casa, carro, destinos de férias, etc. são considerados indicadores da individualidade de gosto e senso de estilo de um indivíduo/consumidor.” (FEATHERSTONE, 2007, p. 81)

Como nos mostra Featherstone (2007), podemos entender o estilo de vida como a consequência de uma “estetização da vida”. Para o autor, há três maneiras pelas quais podemos compreender as origens da estetização da vida cotidiana. A primeira se refere aos movimentos artísticos do modernismo, notadamente as vanguardas histórias, o dadaísmo e o surrealismo após a Segunda Guerra, dedicados a borrar as fronteiras entre arte e vida cotidiana. Já a arte pós-moderna que emergiu nos anos 1960 tinha como foco uma reação à institucionalização do modernismo e desafiar a posição respeitável dos museus e da academia. Surge a ideia de que a arte pode estar em qualquer lugar, inclusive nos corpos, no “acontecimento” e na performance instantânea e transitória que não pode

ser “museificada”. Um exemplo marcante são as subculturas como os dândis, “que fazem do corpo, do comportamento, sentimentos e paixões, sua própria existência uma obra de arte” (FOUCAULT *apud* FEATHERSTONE, 2007, P. 66).

O terceiro sentido de estetização da vida cotidiana se refere ao rápido fluxo de signos e imagens que saturam o tecido da vida diária na sociedade contemporânea. Essa teoria parte da abordagem marxista do fetichismo da mercadoria, onde o valor de uso das coisas é substituído por seu valor de troca e, mais ainda, por um valor de troca abstrato, algo que Baudrillard (1995) mais tarde se referiria como “valor de signo”. Isso significa que a centralidade da manipulação comercial das imagens através da mídia e do espetáculo no tecido da vida cotidiana implica em um constante reordenamento dos desejos através das imagens e que estas ocupam um papel central no desenvolvimento da cultura do consumo. Para Baudrillard (1995), o acúmulo de imagens produzidas na contemporaneidade nos levou a um tipo de sociedade em que a distinção entre realidade e imagem se tornou difusa e a vida cotidiana se torna estetizada.

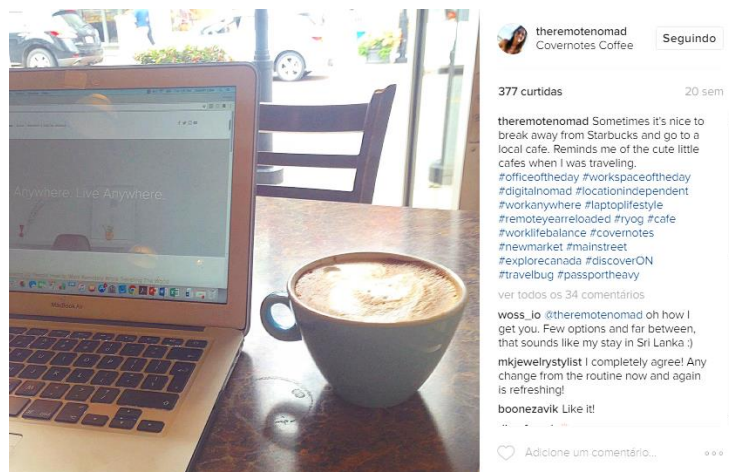


Figura 5: Cenas do cotidiano nômade digital - Notebook e xícara de café são elementos presentes em muitas imagens publicadas no Instagram sob a hashtag #digitalnomad

Se torna claro na obra de Baudrillard que a cultura de consumo é efetivamente uma cultura pós-moderna onde a arte triunfou sobre a realidade ou a transformação da realidade em imagens. Isso parece ser particularmente verdadeiro nas imagens produzidas pelos nômades digitais retratando seu estilo de vida. *Laptops* contrastando com praias paradisíacas em segundo plano, cafés charmosos e confortáveis cabines de primeira classe ou classe executiva adquiridas com a ajuda de programas de milhagem parecem criar um mundo de sonhos que contrasta com a rotina de empreendedores (tanto gerenciando negócios próprios como desempenhando o papel de empreendedores de si mesmos ou

freelancers) que transparece em seus conteúdos, *posts*, *e-books* e *workshops*. A ideia das férias sem fim ou de uma vida da qual nunca se precise tirar férias parece um ideal, um anseio compartilhado por muitos e construído a cada *click* e a cada postagem, a cada imagem publicada. Seria o caso de investigar mais a fundo quanto dessa estética permanece no dia a dia atrás das lentes dos celulares e quanto se tornou uma ferramenta de branding digital. Mas se torna claro o quanto esse estilo de vida é construído a partir do consumo e da capacidade de imaginar e experimentar lugares e viagens através das imagens compartilhadas nos sites de redes sociais.

Considerações finais

Sendo ponto pacífico nos estudos da cultura do consumo que esta é esfera privilegiada onde os sujeitos constroem suas identidades simbólica e materialmente, um dos pontos abordados nessa pesquisa é sua função como “processo ritual cuja função primária é dar sentido ao fluxo incompleto dos acontecimentos” (DOUGLAS e ISHERWOOD, 2006, p.112). Isso se traduz no caráter disperso do nomadismo digital, sua celebração de uma identidade cosmopolita, de cidadãos do mundo, que poderia ser entendido como algo fragmentário, mas que encontra sua “segurança ontológica” ou “coerência expressiva” justamente no consumo das viagens e do estilo de vida “*location independent*” e sua presentificação através dos sites de redes sociais.

Este artigo se concentrou na ideia de que, ao compartilhar imagens desse cotidiano, eles ao mesmo tempo estabelecem os padrões de consumo, bem como os padrões estéticos de seu estilo de vida. O Instagram é apenas uma dessas vitrines, mas, talvez, a mais importante, por dar conta da dimensão imaginativa e imagética, essenciais para o universo do consumo. Contudo, é importante ressaltar que apesar de este artigo não se ater a esse tipo de questão, tais escolhas não flutuam em um vácuo social. “Gênero, classe social, grupo étnico, entre outras variáveis, estabelecem alguns parâmetros no interior dos quais a minha ‘escolha’ e a minha identidade se expressam” (BARBOSA, 2010, p. 24). É notório que o estilo de vida nômade digital, suas viagens e hábitos de consumo correspondem a marcadores sociais que podem e devem ser explorados mais a fundo.

O que o nomadismo digital traz de novo para compreender as identidades na era digital? Não por acaso, também, o fenômeno emerge no âmbito de uma sociedade em

rede e corresponde a transformações sociais e econômicas atreladas ao estágio atual do capitalismo e fenômenos descritos como globalização e a era da informação. Dessa forma, espera-se que o estudo do fenômeno do nomadismo digital, apresentado aqui em uma de suas facetas, possa contribuir para a compreensão de dinâmicas identitárias e estilos de vida que emergem de um contexto de comunicação digital, cada vez mais fluido, de múltiplas filiações locais (ou deslocalizadas), móvel e diverso.

Referências bibliográficas

BARBOSA, Livia. Sociedade de consumo. Zahar, 2004.

BAUDRILLARD, Jean. A sociedade de consumo. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.

BURKE, Peter. Modernidade, cultura e estilos de vida. Cultura e estilos de vida na contemporaneidade. São Paulo: Editora Senac, 2008.

CAMPBELL, Colin. A ética romântica e o espírito do consumismo moderno. Rocco, 2001.

CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. Cultura, consumo e identidade. Rio de Janeiro: FGV, p. 47-64, 2006.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron; O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo. UFRJ, 2006.

FEATHERSTONE, Mike. Consumer culture and postmodernism. Sage, 2007.

GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro/RJ: Zahar editores, 1978.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens. Culturas juvenis no século XXI. São Paulo: EDUC, p. 9-32, 2008.

MATOS, Patrícia. Férias sem fim ou o fim das férias?: capitalismo flexível, empreendedorismo e o estilo de vida nômade digital. Anais do 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação-Comunicon. São Paulo: ESPM, 2016.

O'REGAN, Michael et al. Hypermobility in backpacker lifestyles: The emergence of the internet café. Tourism and mobilities: Local-global connections, p. 109-132, 2008.

POLIVANOV, Beatriz. Dinâmicas identitárias em sites de redes sociais: estudo com participantes de cenas de música eletrônica no Facebook. Multifoco, 2014.

SÁ, Simone; POLIVANOV, Beatriz. Auto-Reflexividade, Coerência Expressiva E Performance Como Categorias Para Análise Dos Sites de redes sociais. Contemporanea-Revista de Comunicação e Cultura, v. 10, n. 3, p. 574-596, 2012.

SIMMEL, Georg. O indivíduo e a liberdade. Simmel e a modernidade. Brasília: Editora UNB, p. 109-117, 1998.

SNEDDEN, Megan. “When Work Becomes a Nonstop Vacation.” In: BBC. Londres, 30 de agosto de 2013. Disponível em: <<http://www.bbc.com/capital/story/20130829-when-work-is-a-nonstop-vacation>>